no.189
1982年6/1
アミューズメント通信
JUNE 1, 1982

ゲームマシン

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., 9-16 Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Japan ¥7200; Overseas (air mail) -US$60.00 per year.

毎月2回（1日・15日）発行　昭和56年10月17日第3種郵便物認可　発行所　アミューズメント通信社　編集・発行人　赤木真澄　〒530大阪市北区神山町9-16（山名ビル）　☎06(314)0309　定価300円　年間購読料7,200円（送料共）

TVゲームのコピー差止め

カセット式も対象に

データイーストの申請で東京地裁が仮処分決定

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）では、同社のデコカセット（DC）システムと同システム用のTVゲーム「アストロ・ファンタジア」「ロックンチェイス」、「プロゴルフ」のコピー基板を販売しているとして、㈲日本ゲーム（本社東京、田中幸男社長）と㈲日本ゲーム販売（同）を相手どって、東京地方裁判所民事第二十九部（大橋寛明裁判官）に、著作権法と不正競争防止法に基づき、コピー基板の販売などの差し止めを求めて仮処分を申請していたが、同地裁は五月十四日データイーストの主張を全面的に認める仮処分決定を行なった。

この仮処分決定は、カセット方式のTVゲーム機に関するものとして、まったく初めてのケースに対する判断を下したほか、決定理由を示さないものの著作権法に基づいた見解を示唆したものとして、画期的とされている。

データイーストのDCシステムは、TVゲームのソフトを固定したカセットテープとこのテープを受け入れるハード基板からなり、どのゲームソフトにも対応できる操作盤、モニター部分などをゲーム機本体に備えている。訴えによると、日本ゲームでは、DCシステムのハード基板をコピーしたハード基板と、カセットテープに相当するものとして「プロゴルフ」など三ゲームをコピーしたROM基板を販売していた。その際、「ロックンチェイス」の名称を「スペースマン」とし、キャラクターも変更していたが、三ゲームともデータイースト社のゲームと同一であったとされている。データイーストは昨年十一月二十七日に、これらのコピー基板の販売を差し止める処分を申請。その後七回にわたる審尋の中で、日本ゲームは全面的な反論を行ない争ってきたが、今回次のとおり仮処分が決定されたもの（主文、カッコ内は編集部註）。

「債務者（日本ゲーム）は、別紙目録(一)ないし(三)記載のテレビゲーム（「アストロ・ファンタジア」「プロゴルフ」「スペースマン」）の映像の表示をそれぞれテレビ画面上に顕出する別紙目録(四)ないし(六)記載のプリンティッド・サーキット基板（前記三ゲームをコピーしたROM基板）を販売、拡布してはならず、これらとともに別紙目録(七)記載のプリンティッド・サーキット基板（DCシステムをコピーしたハード基板）を販売、拡布してはならない」

基本的な類似性で判断

部分変更、テープのROMへの置換えも侵害行為に

この仮処分決定に至るまでの審尋で裁判官は、問題となったTVゲーム機を実際になんども比較検討しており、事実上の審理を進めた点も評価されているが、とくにカセット方式でもコピーは排除されるとした判断は画期的とされている。なお、この事実上の審理を経て決定理由こそ示されていないが、決定内容に包まれる次の三点にわたる見解は、著作権法に基づく解釈とも考えられる可能性が大きく、データイーストでは高く評価している。――①デコカセット方式にて開発されたTVゲームで、そのソフトが部分的に違う類似品であっても、基本的に似ておればコピー品であると断定され、ゲームのオリジナリティが認められたこと。従ってハードが異っていてもソフトが類似していれば、差止めの対象となるわけで、今後同様のコピー品に対しても強力かつ早急な対応策がとれることになった。②ソフトの媒体がカセットテープからROM基板に変えようと、カセットシステムとしての機能は同一であり、従ってDCシステムをコピーしたものと判定されたこと。③コピーされたソフトとともに、このソフトと一体として使用するためのハード基板も販売してはならないとしたこと。

審尋段階の主張繰返し、反発する日本ゲーム側

今後この件については、さらに本訴で争そわれることになるが、現在のところ日本ゲーム側では、「プロゴルフ」については㈱タイトーを間にして事実上許諾されているものであり、他のゲームについてもほとんど回収ずみであり、データイーストの主張は建前論である――と仮処分審尋段階での主張を繰り返しており、今回の仮処分決定に不服との考えを明らかにしている。

コナミ申請で初めての

仮差押え決定

最新コピー基板に対しても差押え可能に

大阪地裁

コナミ工業㈱（本社大阪、上月景正社長）では同社TVゲームに関し、そのコピー基板販売の差し止めを内容とする仮処分決定を得たが、それに続き同様に仮差押え決定を得て、その結果「ストラテージX」だけでなく「アミダー」に及ぶコピー基板などが仮差押えされたことを明らかにした。

同社では同社TVゲーム機「ストラテージX」に関し、そのコピー基板を販売していたとして㈱ダイワ（本社東京、長谷部茂社長）に対し、その販売差し止めを求める仮処分申請を二月八日付で行なった。これは不正競争防止法に基づく仮処分申請で、東京地方裁判所民事第二十九部はコナミ側の主張を認める仮処分決定を行ない、コピー機「ストロングX」の基板などの占有を解き執行官に保管させた（本紙第187号一部既報）。

次に同社は、ダイワに対しコピー基板販売などによる損害賠償請求を行なうに際し、ダイワ側の財産を仮差押えするよう四月二十二日付で申請。大阪地方裁判所第一民事部（広沢哲郎裁判官）は同日、この申請を認め、東京地方裁判所の執行官が四月二十八日、仮差押えを執行した。この仮差押えはダイワが所有する動産に対して行なわれたが、その内わけはTVゲーム機のPC基板、キャビネット、操作パネルとなっており、関係者の話ではほとんどがコピー用のものであり「アミダー」をコピーした「アミゴ」も相当数あったとのこと。

仮差押えは、指定された物件などに対してのみ差押えなどの処分を行なう仮処分と異なり、財産に対する差押えであり、従ってこのように訴訟上問題になっている「ストロングX」だけでなく、動産としての（その後のコピー品でもある）「アミゴ」コピー基板などについても差押えできる点が見直されている。

同社では、同社TVゲーム「ストラテージX」のコピー品とされるダイワ「ストロングX」に関し、以上の手続きと平行して民事訴訟（本訴）を準備中であり、近日中に提出するとしている。

なおコナミ工業とは別に、㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、ローゼン社長）でも一ないし二社を相手どって仮差押えを申請、決定を得てさらに本訴へ持ち込んでいるとのことであるが、内容については同社からまだ発表されていない。

ロケーション争奪をめぐる

過当競争で協議

NAOと大手OPが再確認

日本アミューズメントオペレーター協会（本部東京、内田博会長、略称NAO）は五月十日、東京・渋谷の東急インにて大手オペレーター三社（セガ社、タイトー、ナムコ）とのトップ会談を開き、"レンタル歩率"などの協議を行なった。

これはなおロケーション獲得の過当競争によるトラブルが起こっていることから、昨年夏にNAOと大手オペレーターとがとり決めた"合意事項"をもう一度確認し合うため、また再確認すべき時期に来ていることもあって開かれたもの。同会談にはNAO側からは正副会長のほか過当競争防止委員会（加茂飛智男委員長）のメンバー四人。セガ社は中山隼雄副社長、タイトーは中西昭雄常務、ナムコは真鍋正常務が出席した。

会談の内容は"合意事項"に基づいてもう一歩立ち入った協議を行ない、次のとおり五点にわたって確認したというもの。

① 最低四分六分のレンタル歩率について確認したうえで、これはオーナー側との契約内容（水光熱費の負担や保証金などの有無）により個々のロケでの条件が異なるので、一応四分六分の合意だが、こうした歩率以外の条件まで考慮していく必要がある。

② ゲーム料金の値下げについては、ロケによって立地条件や機械の新旧など条件がいろいろあるので、一概に悪いとは言えない。ただしその地区で他社のロケに先駆けてゲーム料金を値下げするようなことはやめよう。

③ メーカーでもある大手オペレーターは、その新製品を一般のオペレーターに販売する前に、それによって他社の既存ロケに入り込むようなことは行なわない。

④ 新ロケのオープンの際は、道義的にみて近隣のロケにあいさつをしよう。また既存ロケのオペレーターが交替する場合は、新しいオペレーターは従前のオペレーターとトラブルを起こさないよう話合いをしよう。

⑤ オーナーによっては歩率、保証金、融資などの条件を付けるところもあるが、これに対してはオペレーター同士でトラブルを起こさないようにし、オペレーター側も毅然とした態度をとってそのオーナーに接していくべきだ――ということになった。

TVG機急速に増加

警察庁、56年度G機賭博の検挙状況発表

警察庁ではこのほど、昨年一年間におけるギャンブルマシンによる賭博犯の検挙状況をまとめたが、メダルゲーム場での検挙例が大幅に増加していることと、また機種別ではTVゲーム機が大幅に増加したほか回胴式、電光点滅式も目立つことなどが指摘されている。

違法営業が目立つ メダルゲーム場

ギャンブル機による賭博犯は最近とくに目立つが、警察庁では昨年十二月までの検挙状況ならびに押収状況を別表のとおりまとめ、このほど発表した（このうち業態、機種などの定義は本号16めんにまとめて掲載したので参照されたい）。検挙状況で「件数、人員」は犯罪統計細則に従っている。

これによると五十六年度における検挙件数は四百九十件（五十五年四百七十五件）で三・一％増、検挙人員は二千五百十三人（同二千六十三人）で二一・五％増となり、押収機械台数は千二百六十三台（同八百三十八台）五〇・七％増となった。明らかに急増の傾向であり、今年に入ってからも昨年同期の二倍のペースになっている点が指摘されている。また業種別にみた場合「喫茶店」が圧倒的に多く、次に「スナック」、「メダルゲーム場」となっている。

押収状況では、機種別で「テレビゲーム機」が五百四十台（前年比百三十五倍）とトップで、しかも増加率も高く、異常なまでにポーカー、競馬ゲームなどが広く使われていたことを示している。次に「電光点滅式」が二百八十三台（前年比五〇・二％減）、「回胴式」が二百二十九台（前年比二一・四倍）の順となっており、電光点滅式の競馬ゲームや回胴式（スロットマシン）でも賭博に使われる例の多いことが示されている。

また押収台数の場所別では、いぜんとして「喫茶店」が六百六十六台（前年比六・五％増）と最も多く注目されるが、第二位の「メダルゲーム場」が三百八台（前年比四・八倍）と急ピッチで増加している。これは守るべき「メダルゲーム場運営基準」を無視する傾向が業界サイドで強まっているためのようで、警戒を要するところとされている。社会的に見ても非難されるべき"Gマシン"の違法営業の実態を見忘れることなく、AM業界は姿勢を正すべきではないか、というのが当局の見解である。

ギャンブルマシンによる賭博事犯検挙状況（昭和56年1月～12月）

法令別 ＼ 業種別区分		メダルゲーム場	喫茶店	スナック	食堂、レストラン	ドライブイン	その他	計
単純賭博罪	件数	13	40	14	1		5	73
	人員	233	939	283	28	10	88	1,581
常習賭博罪	件数	32	293	59	9	4	16	413
	人員	79	611	160	15	7	52	924
賭博開帳図利罪	件数	1	2				1	4
	人員	1	4				3	8
計	件数	46	335	73	10	4	22	490
	人員	313	1,554	443	43	17	143	2,513
検挙営業所数		33	298	73	10	4	41	459

賭博事犯によるギャンブルマシン押収状況（昭和56年1月～12月）

押収機種 ＼ 押収場所	メダルゲーム場	喫茶店	スナック	食堂、レストラン	ドライブイン	その他	計
回胴式	192	32	2	1	1	1	229
回転式	12	13	2			2	29
電光点滅式	18	189	49	9	2	16	283
ルーレット	5	3	3			4	15
ピンボール	16	48					64
テレビゲーム機	32	350	131	13	6	8	540
その他	33	31	26	2		11	103
計	308	666	213	25	9	42	1,263

（警察庁調べ）

スローガンを掲げて

デコ新作展

DCカセット「プロテニス」など発表

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）では五月十二日、東京・新宿の京王プラザホテルにてプライベートショーを開き、デコカセット（DC）システムのTVゲーム新作「プロテニス」などを発表した。

同ショーで披露されたTVゲームカセット「プロテニス」は、文字通りスポーツのテニスをTVゲーム化したもので五月十七日から発売している（本号「話題のマシン」にて紹介）。また同カセットの参考出品としてコンピューター相手に詰碁（初級、中級、上級と三段階ある）をする「快勝」が披露されたほか、すでに発売中の「ミッション・X」も展示された。

このほか従来のTVゲーム機（メーカー、キャビネット形状を問わない）をDCシステムにできる「デコ・マルチキット」を展示発表した。これはDCシステムに必要なカセットテープデッキ、プリント基板、接続ケーブルで構成され、他社のすべてのTVゲーム機の筐体に簡単に組み込めるもので、定価はゲームカセット一本つきで二十二万八千円。福田社長は「マルチキットは本体を販売するのと同じ効果があるので、今後ゲームカセットの市場をさらに拡大できるものと思う」と語っている。

また三月はじめのNAOエキスポで発表された小型占い機「ジュピター」も展示された。

なお同会場では「健全娯楽を推進しよう」「業界の手で（TVゲームの）著作権を確立しよう」という大きなタレ幕が下がり、当日集まったオペレーターなど（約三百六十人）に同社の姿勢を訴えていた。

上の写真はデータイースト新作展のようす（5月12日）

ことしの第20回AMショーの

共催で三協会協議

委員構成は6・3・3の比に

今秋開催が予定されている第20回AMショーについて、共催する三協会間で主な取り決めをすべく、五月七日、東京のTBRビルで、JAMMA、NAO、JAPEAの正副会長らが会合を開き、いくつかの取り決めを行なった。JAMMAによる「三協会正副会長会議要録」によると、主な取り決め事項は次のとおりである。

① 委員会はJAMMAから選出する。JAMMAとしては同協会理事の中から選出したいとしている。

② 委員会規程ならびに会計独立の必要性について、通産省より指導を受けておりその指導に沿って実施する（具体的には実行委員会に一任）。また三協会の各事務局経費負担について、JAMMAから提案があったが委員会に一任する。小間代設定も委員会に一任する。

③ 懇親会については昨年はNAO直営、参加券の前売り制、各協会割当て買いとり制で実施したが、今回はその方法をとらないことになり、委員会がショー事業の一環として懇親会を運営することになった。

④ Gマシンの出品など昨年のAMショー出展規程違反者に対する不完全な対処を繰り返さないよう、今回は迅速かつ厳正に対処できるよう委員会権限を強化したい、との意向を打ち出した。

⑤ 「ショー委員会」は委員長を含め、JAMMA六名、NAO三名、JAPEA三名の計十二名とし、副委員長は各協会一名ずつで計三名選出することになった。五月中旬にはメンバーも決定され、下旬には第一回会合が開かれる予定となった。なお「実行委員会」の設置の是否についても委員会一任となっている。

第20回AMショーは九月三十日から三日間、東京・晴海の国際貿易センター・新館（一、二階）で開かれる予定である。

JAPEA・第7回理事会開き

代行業務を採決

執行部案否決で山田会長辞意

全日本遊園施設協会（本部東京、山田俊夫会長、JAPEA）では四月二十四日、東京・渋谷の青学会館にて第七回理事会を開き、四月から始まる五十七年事業計画・予算案などを審議したが、遊戯施設の定期検査報告の代行業務については東京と関西が別々の方向で進めることになるなど意見対立が続いたままとなっている。

遊戯施設の定期検査報告代行については、すでに東京本部と関西支部の意見が分れていることが知られているが、東京側は各地域の昇降機等検査ブロック協議会に一任しJAPEAは関与しないことを提案、関西側は従来どおり中部、近畿、中・四国各ブロック協議会分室として取扱うことを提案。採決で東京五、関西八となり、従来どおりとすることになった。執行部である東京本部の提案が事実上否決されたことで、山田会長は辞意を明らかにしている。

なお代行業務の是否と関連するが、①昇降機安全センターの福森常務の見解、②関西支部の決算状況について確認することになっているもようだ。

以上の大筋で第七回理事会は進行したが、六月下旬に予定されている通常総会までに、再度理事会を開くことになっている。

以上のほか第七回理事会で決まった主な内容は次のとおり。

①会員の退会　㈱ホープ、㈲タカラの退会を認め、間違って入会していたミヤシン工業㈱の入会を取消す。これで現在会員数は正四十七社、賛助四社の計五十一社となった。なお㈱ホープは監事だったが、総会まではその役職を続けるとのこと。

②AMショー共催　今年の第20回AMショーを三協会主催の形で共催していくが、来年の第21回AMショーについても三協会共催が望ましいのでそのことを申し入れることになった。JAPEAは第20回AMショーのための委員として東娯など五社をすでに選出していたが一部交替している。

法人申告所得ランキング―万社発表

市場の混乱にめげず安定成長図る当業界

毎年五月に発表される法人申告所得ランキングが年ごとに話題になり各業界の盛衰のバロメーターともなっているが、TVゲーム機を主体とする小型AM業界は二年連続して落ち込みを示し、コピーの氾濫による業界の混迷ぶりを物語ることになった。しかし一方ではインベーダーブーム以後の落ち込みから次第に着実な安定成長を図る傾向も強まってきている。

任天堂、500位以内に

――ナムコは安定成長、タイトーは復活――

今回発表された一万社は五十六年一月までの一年間に到来した決算期による全国の法人所得をもとに、申告所得の多い順に一万社分ランキングしたもの。法人所得は四千万円以上ある場合税務署から公示されることになっており、「週刊ダイヤモンド」と「日経ビジネス」では帝国データバンク調べを、「週刊東洋経済」では東京商工リサーチ調べをそれぞれもとに一万社分五月上旬に発表した。

本紙では「週刊東洋経済」に準拠して下表のとおり業界関連分をリストアップしたが、申告発表が遅れて「一万社」に載らなかったタイトーについても入れておいた。また上場会社で昨年一月決算の経常利益三億七千八百万円の三精輸送機㈱は「一万社」に見当らないため入れないままにしておいた。

小型AM関係では任天堂がトップとなり、五百位以内に入った。同社の売上げ高は二百三十億円で、うち業務用レジャー機器は全体の一六％、家庭用は六五％となっている。TVゲーム「ドンキーコング」もさることながら、LSIゲーム「ゲーム＆ウォッチ」の大ヒットがかなり貢献したことを示している。

任天堂に続き、ナムコはTVゲームの安定したヒットで千百番台へとまた一歩進め、モニターほかパーツ関係で加賀電子、TVゲームとメダルゲームの開発でコナミ工業、安定したオペレーションでタイトー、セガ社以下、サン電子、テーカン（初登場）、マタハリー電気（同）と続いている。またギャンブル性のあるTVゲーム機をヒットさせたコロナ商事、ボナンザがこのランキングで初めて登場したことも注目される。なおこの点ではゲーム機、用紙幣識別機が好調な日本コインコの健闘ぶりも見落せないところだ。

タイトーは昨年公示もされないほど急落したが、今年は五億円台にまで回復させ、今後の順調な経営が期待される。一方セガ社は前年の五十四億円から急落したがリストに残った。昨年リストにあって今年リストから姿を消したのはエスコ貿易、ユニバーサル、富創商事、データイースト、八千代電器産業、ユニバーサル販売、ナナオなど。TVゲームのコピーが氾濫していることによる市場の冷え込みが大きく影響していると見られている。

遊園地関係では後楽園スタヂアム、日本ドリーム観光、よみうりランドなどオーナー側がほぼ順調に業績を伸ばしたのに続き、メーカー側として明昌特殊産業がいぜん好調に安定経営を進めているのが興味深いとされる。

なお今回のランキングの一万社目の申告所得は二億二千万円で、前回の二億二千八百万円をやや下回った。これは景気そのものが浮力不足気味のため、伸び悩んでいることを示していると言われている。こうした中で、AM業界では安定成長こそが肝要と、この方向での努力が続けられており、今回リストアップされなかったところも次回には姿を現わすことが期待されている。

総合順位	社名	56年申告所得（百万円）	決算月	55年申告所得（百万円）	増減率（%）
462	任天堂㈱	4,718	8	1,931	144.4
757	㈱後楽園スタヂアム	2,729	1	1,865	46.3
1130	日本ドリーム観光㈱	1,782	1	2,117	▲ 15.8
1166	㈱ナムコ	1,727	5	1,598	8.1
1214	㈱よみうりランド	1,656	3	1,125	47.2
1734	㈱日本コインコ	1,169	7	1,745	▲ 33.0
2887	グローリー工業㈱	714	3	1,371	▲ 47.9
3040	加賀電子㈱	682	3	682	0.0
3705	コナミ工業㈱	569	2	546	4.2
4176	東映無線㈱	509	9	450	13.1
―	㈱タイトー	500	12	―	―
4246	明昌特殊産業㈱	500	1	400	25.2
4578	日本ブランズウィック㈱	465	11	54	758.1
4582	㈱藤商事	465	3	425	9.5
5352	㈱セガ・エンタープライゼス	402	4	5,369	▲ 92.5
5483	㈱コロナ商事	392	4	―	―
6240	サン電子㈱	346	3	518	▲ 33.3
6828	㈱テーカン	318	8	89	258.2
7608	㈲ボナンザ・エンタープライゼズ	288	12	113	153.7
7952	㈱マタハリー電気商会	276	11	169	63.2

東洋娯楽の2本レール式

"スカイサイクルII"

4月28日、よみうりでオープン

東洋娯楽機㈱（本社東京、山田俊夫社長）では同社開発の二本レール式「スカイサイクル Ⅱ」を四月二十八日、よみうりランドでオープンさせた。

同社「スカイサイクル」は自転車と同じ要領でペダルを漕いで進むもので、①ぶら下がり式モノレール（製品名「スカイサイクル Ⅰ」）と②二本レールの上に乗せるもの（同「スカイサイクル Ⅱ」）がある。前者の「Ⅰ型」は一昨年のAMショーで発表、昨年秋に横浜の国立こどもの国、今年三月に小山ゆうえんちにそれぞれ改良版を設置、オープンさせたが、今後さらに技術開発が進められるもようだ。

今回オープンとなったよみうりランドでの「スカイサイクル Ⅱ」は約二百㍍のコースで設定され、十台の走行車両をもつもの。仕組みとしては二本のパイプレールに対し、走行車両側から上と横から車輪で組み合わせたものになっており、乗客は自転車と同じ要領でペダルを漕ぐことで走行し、空中散歩が楽しめる。

安全ベルトつきで、少し高いコースを進んでいくわけだが、コースについてはデザインが自由なのと、二本レール式の安定性を応用し起伏のあるコースを楽しめるのが特徴。やや上昇ないし下降するごとにペダルに入れる力も変化する点なども楽しめる。同園では一人の場合二百円、二人で三百円の利用料金で運営、人気を上げている。

上の写真は、いずれもよみうりランドの「スカイサイクル Ⅱ」の運転中のようす

日電協が第2回通常総会開催

6月と11月に ショー開催へ

回胴式風営遊技機（風営スロットマシン）のメーカーを中心とした組合である日本電動式遊技機工業㈿（事務局＝東京都千代田区外神田四の十二の七、双栄ビル、☎二五七－〇〇七一、吉武辰雄理事長、組合員数十六社）では四月二十七日、大阪・中之島の大阪国際ホテルにて第二回通常総会を開いた。

総会では五十六年度事業報告ならびに同決算報告が行なわれ、ともに異議なく承認された。次に五十七年度事業計画について説明があり、その中で昨年に続いて同組合主催による第二回の「オリンピアマシンショー」を今年六月と十一月に開催する計画が発表され、同事業計画および同予算案についても承認された。また定款の一部変更があり、事務所の所在地について「大阪市」を「東京都」とするなどの字句修正が行なわれ承認された。

なお新しく同組合に加入した日活興業㈱（本社岡山県、木村八郎社長）とオスカー物産㈱（本社大阪、佐近戸憲治社長）の二社が紹介され、これで同組合員数が十六社になったことが報告された。

席上挨拶に立った吉武理事長は「皆さんのご協力により設立一周年を迎えられたことに感謝する。組合組織というものは三年たっても半人前だと一般に言われているので、まだまだこれからだが、実績面ではこの一年間で五年分の成果を挙げてきたと思う。今後は業者間の一層の団結を図り遵法営業を徹底していき、さらなる発展を期していきたい」と抱負を語った。

なお警察庁の調べによると回胴式風営遊技機は五十六年十月末現在全国で八百七十六店に、三万三千六百五十三台設置運営されている。

連休シーズンを前に関東の

遊園地を特集

NHK総合TV「いっと6けん」で

NHK総合テレビの番組「いっと6けん」で関東の遊園地特集が放映され、遊園地を総合的にとらえたテレビ放送として高い評価を与えられた。

これは四月二十三日午後十時から放映された三十分番組「いっと6けん」で"特集・関東遊園地紀行"としてまとめられたもの。番組では連休シーズンを目前に、子どもはもちろん大人も期待する春の遊園地を総合的にとらえようと、およそ次の内容で放映された。

①関東の遊園地の紹介＝その元祖としての浅草花やしき。花やしき園長高井初恵さん（東娯・山田社長の実妹）が、びっくりハウスは現在動力を使用しているが、昔は人力によっていたと証言、回転木馬も手で回していたことが紹介された。西武園のコークスクリュー、後楽園のフライング・カーペットなど最新機種も登場した。

②遊園施設メーカー・東洋娯楽機の紹介＝同社の開発室本部長・山田収男副社長が率いる開発室でのスタンディング機構検討のようすを紹介、山田副社長の「遊園施設の開発にはまず人間の研究が必要。総合的な技術開発とともに演出が要求されている点を忘れてはならない」と"心を楽しませる"遊園施設作りの考えを紹介した。また遊園施設のからくりを見せるという趣旨で、びっくり宇宙遊泳、大観覧車のしくみを、よみうりランドの各務英児支配人の説明で進めた。向ヶ丘遊園も登場。豊島園の回転木馬「エルドラド」の歴史とともにこれが世界最大で最古の回転木馬と紹介。以上にともない映画評論家の小森和子氏の話を交じえ、映画に出てきた遊園地なども紹介した。

③建設中の東京ディズニーランドのようす＝現場で指揮するディズニープロのジム・コーラ氏の話を紹介。同氏は「私たちは従業員をキャスト（出演者）と呼んでいる。園内全体は巨大なステージであり、従業員はそこでショーをつくるチームの一員だと考えている。開園までにかれらにディズニーの考えを徹底させ、お客さんのどんな質問にも答えられるようにしている」とこの中で語っている。

NHKテレビの放送画面から、タイトル(左)、東洋娯楽機の山田副社長

浅草花やしきの高井園長（左)、観覧車で説明する各務支配人（右側）

東京ディズニーの建設に当たるコーラ氏(右)、解説受けた「エルドラド」

米国WCI社ジェラルド社長 ナムコを訪れ

協力関係確認

アタリ社への許諾などで

四月二十三日、米国のワーナー・コミュニケーションズ（WCI）社のエマニュエル・ジェラルド社長が、アタリ社のチャールズ・ポール副社長、アタリ・ファーイースト・ジャパン社のリビングトン・ハイト社長とともに㈱ナムコ（本社東京）の本社を訪問し、中村雅哉社長らと、今後両社がさらに連けいを深めることについて討議を行なった。

WCI社はアタリ社の親会社で、いまやアタリ社を筆頭とするWCI社のコンシューマー・エレクトロニクス（CE）部門はWCI社の全部門の中でも最も高い収益をあげていると伝えられているところである。とくにナムコは昨年十一月、アタリ社に対しTVゲーム「パックマン」の家庭用TVゲーム・カートリッジ化権を許諾し、アタリ社は「パックマン」カートリッジを三月中旬発売したが、これが全米を沸かせる大ヒット商品となっている。米国市場の家庭用TVゲームの主導権を持っているアタリ社が「パックマン」の権利を持っていることは、WCI/アタリ社がさらに高収益を約束されることである。ナムコはさらに「ディグダグ」についても家庭用TVゲーム・カートリッジ化権を許諾しており、今後もWCI/アタリ社との協力関係を結んでいくことで合意している。

上の写真はナムコ本社にて（左から右へ）ナムコ・真鍋常務、WCI社ジェラルド社長、アタリ・ファーイースト社ハイト社長、ナムコ・中村社長、アタリ社ポール副社長、ナムコ・アメリカ社中島社長

ジュークボックスによる

ベストヒット 10 (セガ社調べ)

順位	曲名	レーベル	演奏者
1	チャコの海岸物語	インビテーション	サザンオールスターズ
2	色つきの女でいてくれよ	JULIE	ザ・タイガース
3	心の色	コロムビア	中村雅俊
4	ふられてBANZAI	RCA	近藤真彦
5	シルエット・ロマンス	フィリップス	大橋純子
6	YES MY LOVE	ワーナー	矢沢永吉
7	ティアドロップ探偵団	フォーライフ	イモ欽トリオ
8	い・け・な・いルージュマジック	ロンドン	忌野清志郎 坂本龍一
9	ウエディング・ベル	フォーライフ	シュガー
10	南十字星	RCA	西城秀樹

全日本地区：5月1日～5月7日の1週間

東娯製

高さ62mの大観覧車

4月27日、西武園でオープン

西武園ゆうえんち（所沢市、西武鉄道㈱運営）では四月二十七日、ゴールデンウィークを前に、東洋娯楽機製の「大観覧車」をオープンした。

これは高さ六十二㍍、回転部直径五十三㍍と大きなもので、四十六あるゴンドラに四人ずつ乗ることができる。ゴンドラは赤、青、黄と虹のように少しずつ変化させたカラフルな色で色わけされており、入場者の目を楽しませてくれているようだ。

同園ではこの春から中央口とそれに伴なう国際色豊かなゲートができたが、大観覧車はこのゲートから入って右手にのぼった所に設けられた。

ゴンドラからは眼下に狭山・多摩両湖や西武ライオンズ球場など、また雄大な秩父連山をはじめ、池袋や新宿副都心の高層ビル群も傍観でき、三六〇度のパノラマ展望が楽しめる。

利用料金は三百円（大人、子ども共通）。小学生未満は親の同伴が必要。

上の写真は西武園ゆうえんちでオープンした大観覧車

小島政吉副社長はサンエース社長に

三精輸送機で一部役員異動

三精輸送機㈱（本社大阪、前田完一社長）では四月三十日の定時株主総会と取締役会での決定により、小島政吉副社長が子会社の㈱サンエースの社長になり、代って荒巻昌隆氏が副社長に就任するなど役員の異動を行なった。

代表取締役・社長＝前田完一氏、同・副社長＝荒巻昌隆氏。専務取締役＝西沢清一氏、小島政澄氏。常務取締役＝村橋尚武氏。

非常勤取締役＝小島政吉氏（㈱サンエース・社長）、木藤昭氏（菱野金属工業㈱・専務）。

取締役＝岡本泰宏氏、加藤正雄氏、木内一之氏、井上安夫氏、巨勢才助氏。監査役＝黒川和三郎氏（常勤）、大塚振武氏。

社名変更

㈱フレア（旧・㈱コング）＝東京都渋谷区代々木二の二十三の一、ニューステイトメナー、☎三七〇ー一二九八、佐野忍社長。

グレートユニオンエンタープライゼス㈱（旧・東京ゴダイ）＝東京都中央区八丁堀四の十二の二十、第一SSビル、☎五五五ー〇三三三、大島一夫社長。

㈱アオキ（旧・㈱ホンダオート）＝横浜市西区浜松町十一の二十八の三一二、☎（〇四五）二四二ー〇三〇〇、青木勤社長。

法人に改組

㈲トーアコインマシン（旧・トーアコインマシンサービス）＝東京都東村山市諏訪町二の二十三の二十七、☎（〇四二三）九五ー二〇八二、島田勝弘社長。

事務所移転

㈲宝娯楽＝神奈川県川崎市川崎区池上町九の十、☎（〇四四）二七七ー七八八一、矢野照和社長。

地番表示変更

バーリーサービス㈱・東京支社＝東京都港区東麻布三の八の十、☎五八二ー〇八五七。

東京おもちゃショー

6月3日から東京・晴海で開催

日本玩具国際見本市協会（本部東京、山科直次会長）主催による「82東京おもちゃショー」が六月三日から六日まで、東京・晴海の国際貿易センター新館、西館、A館を使用して大々的に開催されるが、今回はとくに一般公開に力を入れ"楽しいおもちゃ"を広くアピールする方向を打ち出している点で注目されている。

出展社は国内百三十三社、海外四ヵ国三十三社が参加、あらゆる種類の玩具が出品される予定。六月三日と四日はバイヤーズデーで従来どおりの業者だけの見本市だが、五日、六日は一般公開日（入場料＝小学生以上五百円、就学前の児童は保護者同伴で無料）で、各種イベントも展開される予定となっている。

一般公開については昨年（六月十六日から三日間）最終日だけ試みに実施し、今年初めて本格的にとりくんでいるもの。商談はふだんから行なわれており、見本市はそのひとつの場でもあるが、商談の場よりも玩具業界のイメージアップの場としての価値を高めようとする、今年の見本市のありかたに大きな期待が寄せられている。

論潮

フリッパーの話

フリッパーは今ではTVゲームに押されて、市場性の少ないものになっているが、ブロックゲームからインベーダーゲームへとTVゲームブームの盛んになる前は、世界的にみてフリッパーはゲーム機の主役であった。

ボールのころがり降りてくる斜面と、その斜面上に設けられたピンとで構成されたピンボール機は、今世紀はじめごろその原型が出来、一九三一年ゴットリーブ社の「バッフルボール」、三二年バリー社の「バリーフー」としてピンボール機は完成した。その後、エレメカがさまざまに採り入れられ、四七年ゴットリーブ社の「ハンプティ・ダンプティ」で初めて、ボールをソレノイドの力で傾面上部へ撥ね返す"フリッパー"機構が登場したことで、ピンボール機のゲーム内容は一段とさまざまな要素を採り入れることになった。以後ピンボール機は（パリー・ビンゴなどを除き）一般に「フリッパー」と呼ばれるようになった（日本やヨーロッパでは「フリッパー」の呼び名が一般的。米国では「ピンボール」のほうが呼び名としては一般的だが、それはアーケードを前提とする場合に限られている）。

フリッパーは、偶然性が少なく（技術介入性が大きく）、従って射幸心をそそるおそれが極めて少ない"健全な"娯楽機であり、それゆえAM機の代表例でもある。しかしそれでも過去の歴史では、ペイアウト式ピンボール機（三〇年代のバリー社製品の多くはそうであったし、戦後五〇年代に始まったビンゴもそうだと言える）などギャンブル機化の流れがあり、このためフリッパー/ピンボールは米国内ですら各地で禁止の時代が長く続いたのである（ニューヨーク市では今から六年前の七六年六月、なんと三十四年ぶりにフリッパーは解禁された）。ギャンブル機化の推進はアーケードゲーム機の市場を小さくし、AM業界を小さくさせることを、フリッパー/ピンボールの歴史は示しているわけなのである。

第10回 大阪・梅田（その1）

全国縦断ゲーム場ルポ

大阪駅の東側および南側一帯は梅田と呼ばれ、阪急、阪神、地下鉄の各ターミナル、百貨店、映画館などが集まり、地下には日本一の規模という地下街"ウメチカ"が広がっている。また大阪駅南側の再開発が進み、現在地下鉄の東梅田駅と西梅田駅の間の部分に大阪駅前第一ビルから同第四ビルまでが完成し、「マルビル」などとともに高層ビル街を形成している。さらに来春完成を目指し、高層の大阪駅ビルが建設中である。繁華街としては東西に走る阪急東通り商店街と南北に伸びる曽根崎センター街があり、この二つの通りを中心に飲食店やブティックなどの店が軒を並べている。この界隈から少し南の曽根崎新地あたりまでの一帯が大阪"キタ"と呼ばれており、"ミナミ"に比べると高級指向の店が多い。

ゲーム場についてはやはり繁華街に沿って集中しているが、今回は「梅田（その一）」として大阪駅南側の高層ビル街から曽根崎センター街にかけての一帯をルポし、駅東側の阪急東通り周辺については次回に「梅田（その二）」として掲載する予定である。

曽根崎センター街は飲食店の並ぶ通りで、ここに六軒のゲーム場がある。

「アメニティパーク・リノ梅田店」はフロア面積が約百坪でこの界隈で最大規模のゲーム場だ。設置機種はテーブル型TVゲーム機五十台、フリッパー四台など計約七十台のアーケードゲーム機、スロット二十台と他人数用メダルゲーム機など計四十台のメダルゲーム機、そしてディーラーによる対人ゲーム機四台という構成で、対人ゲームの設置店は梅田界隈では同店のみである。店頭には店内の各コーナーを写真で紹介した「店内ごあんない」という掲示板を立てている。店内はTVゲーム、メダルゲーム、対人ゲームを区別して設置しているが、それとは別に約十五坪のルームがある。同ルームはテーブル型TVゲーム機、フリッパー、

上の写真は「アメニティパーク・リノ梅田店」の店内にて。間接照明のけい光灯にツタなどの草木を巻きつかせムードづくりをしている。下の写真は同店の藤島和博主任

店内装飾に工夫をこらし、落ち着いた雰囲気の「タイトー・スペシャル」の店内のようす

占い機、自販機などが設置され、各種ポスターを掲示するなどして落ち着いた感じのコーナーになっている。また同店では週三日、時間を決めてケーキとドリンクのサービスをしている。なおリノチェーン各店では福祉施設へ売上げを寄付しようと、一ゲーム十円の「チャリティマシン」を設置している。同店の藤島和博主任は「当店はゲームというよりもレジャーゾーンとしてのイメージづくりを目指している。TVゲームについては今後は爆発的なブームは期待できないと思うが、やはり強い集客力を持つヒット作が定期的に出てほしい。しかし今はそれがないので、安定した客層を維持できる対人ゲームに重点を置いて運営している。また店頭に一台、アップライト型TVゲーム機を"チャリティマシン"として設置しているが、これは月に一度機種を入替えており、主に中学生に大変好評のようだ」と語る。なお同店では、例えばTV機二ゲーム、メダル五十枚、ドリンク一杯のセットで千円というように、四段階にセット料金を設定し店全体の売上げのアップに努めている。

「タイトー・スペシャル」は約四十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機四十台を中心に、フリッパー五台、その他アーケード機五台を設置。同店の機械はすべて㈱タイトーから導入している。店頭に最新機種名を書いたプレートの掲示板を立てている。店内は清潔で落ち着いた雰囲気になっており、すべて間接照明になるよう工夫されている。壁面は白壁だが、その上部に瓦をあしらい草木を品よく飾るなどしてすがすがしい感じだ。また同店では毎日、先着四百名の客にコーラを無料サービス。同店の運営に当たる大和企業㈱は梅田界隈にパチンコ店数店と飲食店約二十店を経営しており、ゲーム場は風営「オリンピア」から転進したもの。

「カジノ・ジャパン」は昨年、大阪娯楽物産㈱（店名は「カジノ・ザ・ミント」だった）から大日本興産㈱に運営が移っている。約二十五坪のフロアにパリースロット五十台、大型メダル機一台のメダルゲーム機を中心にTVゲーム機十五台、フリッパー四台、その他アーケード機数台を設置。同店の機械はすべて買取りによるものだ。常連客が多く、とくにタクシーの運転手が多いという。また店頭にフリッパー一台を設置し、若者にアピールしている。

「ゲームイン・シャトー」は今年初めに店内を改装し、天井以外を黄色に統一し明るいムードにしている。また各所に配置された鏡による効果で、店内は一層明るく感じられる。フロアは細長くカギ型になっており、面積は約五十坪。テーブル型TVゲーム機約五十台が中心で、店頭にアップライトとコックピット型のTVゲーム機を三台、店内奥フロアにフリッパー四台を設置。明るい感じに改装してから、とくに若者客が増えたそうだ。

「ゲームセンター・エース」は約二十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機約二十台とメダルゲーム機数台を設置。店内は黒を基調とした配色になっているが、照明は明るい。同店の島店長は「当店は近所の客がほとんどで、おとなしい人が多い。しかし子どもの入店はお断りしている」と語る。

「ラスベガス」は御堂筋に面している老舗で、以前はメダルゲーム機中心だったが、今はアーケード機のみのゲーム場だ。約三十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機二十数台を中心として、フリッパー六台、その他アーケード機数台、計四十台を設置。同店は敷地が台形状になっていることを利用し、店内を船の中にいる雰囲気にしており、壁面と床を木目調にし浮袋を飾るなど工夫している。前中店長は「一昔前

次ページへ続く

店内を"ショーボート"の船内と考えて設計したという「ラスベガス」の店内のようす

今年初めに店内改装し明るい感じにした「ゲームイン・シャトー」。フロアは細長い

メダルゲーム機（バリースロット）を中心に設置している「カジノジャパン」の店頭にて

上の写真は「ロイヤル」の藤本和男店長。右の写真は同店の店内のようす。中央のサービスカウンターにはキャンディとおしぼりが置いてあり、無料サービスをしている。

全国縦断ゲーム場ルポ

10 OSAKA 梅田(その1)

国鉄大阪駅
阪神梅田駅
扇町筋
曽根崎警察
花月劇場
タイトー・スペシャル
ウメチカ
アメニティパーク・リノ梅田店
屋上遊園地
阪神百貨店
カジノ・ジャパン
第一生命ビル
地下鉄西梅田駅
新阪急ビル
地下鉄東梅田駅
曽根崎センター街
梅田ビル
駐車場
大阪マルビル
ゲームイン・シャトー
大阪駅前第四ビル
ゲームセンター・エース
フラッシュイン・ミラージュ
お初天神
ゲームイン・ニュー梅田
ウエスト100
ラスベガス
大阪駅前第一ビル
大阪駅前第二ビル
大阪駅前第三ビル
御堂筋
ゲームプラザVIP
ロイヤル
国道2号線
梅田新道
東映会館

活気づく駅前ビルロケ

まで曽根崎センター街はキタの中心で人通りも多かったが、今は近代化の進む阪急周辺に人の流れが移ってしまった。新機種を導入しても阪急東通りに比べ一テンポおくれて人気が出るほどの差がある。当店は今、常連客が中心になっているが、例えばTV麻雀ゲームのゲームスピードを最低にするなど、客の側に立った運営をすることで常連客が増えている」と語る。

さて駅前ビル街のほうだが、ここに五軒のゲーム場があり各店とも大変な活況を呈している。この駅前第一ビルから第四ビルは、一階から地下二階までの三フロアに飲食店や衣料品店、パチンコ店などが入り、各ビルは通路で連結されているため総合して大型SCを形成していると言える。ちなみにこの四つの駅前ビルのオーナーは大阪市である。

「ロイヤル」は四つのビル中最大フロアの約六十坪を有し、テーブル型TVゲーム機約五十台を中心にフリッパー四台、その他アーケード機五台、TVスロットなどのメダルゲーム機八台を設置。同店は通路に面した部分の全面が入口になっているため、気軽に入れる雰囲気がある。店内は赤を基調にした装飾がなされ、機械はほとんどすべてが最新機種だ。藤本店長は「いかに客にサービスを提供するかが問題だ。主な客層はサラリーマンなので、仕事疲れをいやしてもらうため落ち着いたムードにし、おしぼりやキャンディなどもサービスしている。ゲーム業界は下降線をたどることはあっても、決して廃ることはない。完全に定着したと思う。そして今後はとくに運営姿勢が重要視されてくるだろう」と語る。

「ウエスト100」は約三十坪のフロアだが、ゲーム機設置のほかにマンガ本フロア、自販機とイス、テーブルを置いた休憩フロアを設けている。設置機種はTVゲーム機のみで、テーブル型二十三台、アップライト型三台。全体にゆったりとしたレイアウトで機械を設置している。

「ゲームプラザVIP」は五月十三日にオープンしたばかりの店で、約三十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機三十台を中心として、フリッパー三台、その他アーケード機数台、スロットなどメダルゲーム機十一台、計約五十台を設置。店内の壁面は赤と青の線で大きく"V"を描き、各種のメルヘン的な人形を飾っている。間接照明で店内は柔らかいムード。三木店長は「まだ開店したばかりなので客層がつかめないが、今のところ予想を上回る客足がついている」と語る。

「フラッシュイン・ミラージュ」は約二十五坪のフロアで、テーブル型三十台、コックピット型二台のTVゲーム機のみ設置。天井と床は赤色でヤング向けの店づくりをしている。なお同店ではフリッパーやその他アーケード機なども設置していく予定という。

「ゲームイン・ニュー梅田」は駅前ビルの中に最初にオープンしたゲーム場で、運営は「ゲームイン・シャトー」と同じ㈱銀鍋。同社は本来料理屋だが、ゲーム場のほかパチンコ店やビリヤードなども運営している。同店は約五十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機五十三台、フリッパー五台、その他アーケード機二台を設置。壁はトランプの絵柄になっている。同社の王氏は「サラリーマンが客層の中心だが、当ビルの上にある専門学校の生徒もよく来る。やはり客をつかむには、機械のメンテナンスを完全にすることが基本」と語る。

このほか阪神百貨店の屋上にロケーションがあり、同フロアは三島商会が乗物機を中心に約二百台、富士文化興業㈱がアーケードゲーム機を中心に約百台の機械を運営している。

オープンしたばかりの「ゲームプラザVIP」の店内にて。開店記念サービスとしてメダルを格安で貸出している。店内にはTVゲームのキャラクター人形などを飾っている

サラリーマン客で昼食時と夕方には満員になるという「ゲームイン・ニュー梅田」の店内

簡素なレイアウトで清潔感を出している「フラッシュイン・ミラージュ」の店内のようす

データ (順不同)

タイトー・スペシャル 北区曽根崎2-16-26、☎313-3713、本社=大和企業㈱(☎361-9414)

アメニティパーク・リノ梅田店 曽根崎2-14-17、☎312-1126、本社=㈱アポロ(☎631-8055)

ゲームイン・シャトー 曽根崎2-11-23、☎312-0766、直営=㈱銀鍋。

ゲームイン・ニュー梅田 梅田1-3-1、大阪駅前第1ビル地下1階、☎345-9292、本社=同上。

カジノジャパン 曽根崎2-10-15、☎361-4391、本社=㈱大日本興産(☎213-2631)

ゲームセンター・エース 曽根崎2-7-14、☎311-6222、本社=田中商事(☎693-4774)

ラスベガス 曽根崎2-6-13、☎312-8540、本社=西大阪興業㈱(☎443-4605)

ロイヤル 梅田1-1-3、大阪駅前第3ビル地下1階、☎341-6069、本社セガ・エンタープライゼス(☎03-742-3171)

ウエスト 100 梅田1-1-3、大阪駅前第3ビル1階、☎345-1434、本社=㈱百宏(☎372-1190)

フラッシュイン・ミラージュ 梅田1-2-2、大阪駅前第2ビル地下1階、☎346-0134、本社=㈱タイトー(☎03-264-8611)

ゲームプラザVIP 梅田1-2-2、大阪駅前第2ビル地下1階、☎なし、本社=㈱VIP(☎531-0404)

阪神百貨店屋上遊園地 梅田1-13、☎345-2097、本社=三島商会(☎05-855-0723)、富士文化興業㈱(☎441-5275)

資料

レジャー白書'82

――ファミリーレジャーの実態――

(財)余暇開発センターが4月28日まとめた57年版「レジャー白書」によると、ファミリーレジャーの中身はこれまでのお金を使う遊びから、時間をかける遊びに重点が移り、楽しみかたに工夫をこらした多様なスタイルをとる傾向が出ていることがわかった。今回、同センター・中山氏による"レジャー白書におけるゲームセンターなど"を次号掲載するに当たり、とりあえず白書自体を資料として連載することにした。(編集部)

(財)余暇開発センター

序 1980年代の余暇選好

わが国経済は、近年の第二次石油危機をのりこえたものの、総じて停滞基調にあり、個人消費の低迷も顕著なものになりつつある。

この中にあって、昭和五十年前半にはレジャー消費支出全体の伸びをうわまわっていたレジャー関連支出にも、次第にかげりが見られるようになってきた。昭和五十七年三月総理府発表の家計調査によれば、こづかい、耐久消費財、旅行などを中心とする自由時間関連支出は、いずれも実質でマイナス成長を記録し、レジャー不況の色を濃くしている。当センターの調べでも、ここ数年、ギャンブル、旅行、盛り場での飲食レジャーなどのいわゆる所得消費的レジャーは、切りつめられ節約される傾向にあり、この傾向は、八〇年代レジャーの基調となるかも知れない。

しかし、レジャー消費はもっぱら手控えられているばかりではない。あるいはまた、レジャーとはもっぱら「金のかかるもの、金で買うもの」ばかりでもない。実質所得の伸び悩みという、厳しい環境が一方で続くものの、レジャーへの好意的な環境も他方で育ちつつある。それらの特徴を拾ってみると次のようになろう。

第一は、いわば消費内容の質的変化であり、**モノ離れとサービス的支出の増大**といわれる現象である。モノ離れは耐久消費財に対する飽和感に由来するが、逆にいえばレジャーを含む非モノ的な事がらへの支出構成比を高めることになる。消費者は場合によっては、モノに対する支出は節約しても、レジャーのための家事代行サービスやレジャーサービスそのものへの支出を高めるようにするかも知れない。あるいは、同じようにモノに支出しても、今までとは違った自己実現や個性の表現などのメンタルな価値に重きを置くようになるかも知れない。今日では外食やスポーツ、ホビーなどのレジャーは、ますます日常化して生活の一部になっており、これらを節約することは生活水準を切り下げることを意味する場合がある。こうした理由で、消費支出全体が低下したからといって、レジャー関連支出も同じように低下するとは限らないわけである。

第二は、実質所得の伸び悩みが消費者に強く意識されればされるほど、それだけ、所得の使い方、つまり**消費に計画性**が出てくるということである。消費の高級化志向、ホンモノ志向がいわれているが、それは実質所得の伸び悩みという条件のもとでは、ひとえに計画によってしか実現され得ない。レジャーでいえば、例えば日常的にはケチケチレジャーに甘んじながら、時には海外旅行や大型アウトドア・レクリエーションを楽しむという使い分けである。この一見矛盾した行動をひとりの消費者が担うには、計画が必要なのであり、それだけ、消費者は成熟しつつあるといえよう。

第三に、最も重要なことは、時間、特に自由時間に対する関心の増大である。先に述べた計画の考え方は、そもそも時間の流れを意識している。石油危機を経て、人々は重要な生活資源として、自由時間を意識し始めるようになったが、このことは、実は八〇年代の日本人のレジャーの成熟度を示しているとみることができよう。レジャーとはそもそも自由な時間であり、時間を自由にそして豊かに生きることである。レジャーとは金を使うことだという認識は、手段と目的を転倒している。それはちょうど、生産のために消費がある、あるいは仕事のために余暇があるという認識と同様である。これらの古い認識の殻を打ち破り、新しいレジャーの概念が誕生する。この意味で、八〇年代は本格的なレジャー時代への離陸期として位置づけられよう。

こうした離陸期において、すでに八〇年及び八一年レジャー白書でも指摘したように、日本人のレジャーには、次のような志向が強まっている。

① **健康と美容、知的なもの・美的なものへの関心の増大**

スポーツはもちろん、時にはホビーや旅までも、健康と美容を志向することはしばしばである。また、学習やけいこごと、音楽や美術、クラフト・ホビーなども根強い人気で、これらはいずれも、時間消費的でマニア的な性格が強い。また、レジャーをまず第一に自己に向けていることこ

とから、「自己投資型レジャー」とも呼ぶことができよう。

② 手づくりレジャーと「手づくりの味」の追求

マイコンやオーディオ、ビデオなどのエレクトロニクス・ホビー、工芸や陶芸などのクラフト・ホビー、衣食住の手づくり等は、その時間消費性や自己実現的性格の強さから、今後ますますさかんになるものと思われる。また、大量生産の画一的生活様式から得られない「手づくりの味」が追求される。手づくりの旅や観劇、コンサートの人気も、その流れに属している。

③ 社交型レジャーのブーム

テニス、ゴルフ、スキー、乗馬などの社交型スポーツ、囲碁・将棋、ゲームなどのコミュニケーションレジャー、外食やホームパーティも含めて、社交や「ふれあい」を動機にするレジャーに相変らず人気がある。

八〇年代には、職場に求心的であった日本人のレジャーも職場離れをおこし、レジャーをとおしての人間関係の再編がおこってくる。

④ ファミリーレジャー新時代とホームレジャーの流行

この社交型レジャーブームのひとつの典型が、ファミリーレジャーであり、空間的にはホームレジャーということになる。

従来のファミリーレジャーといえば、日帰り行楽や旅行、映画や芝居見物ぐらいのものであったが、今日では、外食やショッピングが加わり、スポーツやホビーでさえ、家族で楽しまれるようになってきている。

また、衣食住の手づくり、ホームビデオやオーディオなどの「自宅くつろぎ型」のレジャー、ホームパーティなどのホームレジャーにも流行の兆しがある。

総じて、八〇年代前半のレジャー志向には、これまでとは違った根本的な変容がおこりつつある。それは所得消費型から時間消費型レジャーへという単純な方向だけではなく、所得と時間の節約と消費という、四つの次元に多様に展開していくことになろう。

本白書では、以上の問題意識をふまえて、第1章で特にファミリーレジャーの実態に関するアンケート調査の結果を報告した。家族や世帯のレジャー行動に関する調査は、当センターを含め始めての試みであり、貴重なデータとなるものである。

また、第2章では、当センターが開発した余暇市場推計の昭和五十六年版について報告した。この推計の時系列データとしての価値は、極めて高いものである。

第1章 ファミリーレジャーの実態

《要約》

本章では、当センターが昭和五十六年十二月に実施した、全国二千世帯を対象とする、ファミリーレジャー実態調査の結果を報告した。

要点は、次のとおりである。

(1) 参加率からファミリーレジャーを見た場合、ショッピング、外食、散歩といった日常型外出レジャーと、運動会、ドライブ、海水浴、動物園、遊園地といった行楽が、ベスト十位のほとんどを占める。

(2) ファミリースポーツ、ファミリーホビーは、上記に比べると、現在ではまだ参加率が低い。

ファミリースポーツのベスト3は、スイミング（二八・一%）、キャッチボール・野球（二四・二%）、釣り（二三・五%）であり、

ファミリーホビーのベスト4は、園芸（三六・一%）、映画（二二・二%）、料理（二〇・七%）、カラオケ（二〇・三%）である。

(3) 一方、年間平均活動回数からファミリーレジャーを見た場合、けいこごと、創作ホビー、園芸などのファミリーホビー、体操・トレーニング、ジョギングなどの軽スポーツが上位を占める。これらは、参加率があまり高くないとはいえ、日常的、継続的なホームレジャーとして定着してきている。

(4) 消費支出の側面からファミリーレジャーを見た場合、やはり海外旅行、国内旅行、帰省旅行といった旅行関係が上位三位を占め、次いで、ゴルフ、スキーといったリゾート型スポーツが続いている。

(5) 一世帯平均のファミリーレジャーの年間支出額は二二八、九五八円で、内訳は次のとおりである。

行楽・旅行関連
一一三、〇七五円 四九・四%
飲食関連
四六、六二五円 二〇・四%
趣味・創作関連
三二、六八〇円 一四・三%
スポーツ関連
二七、六〇〇円 一二・〇%
ゲーム・ギャンブル関連
八、九七八円 三・九%

(6) 家族の参加パターンからファミリーレジャーを見た場合、「夫婦と子供」という、いわゆる核家族レジャーが支配的である。

欧米並みの「夫婦だけ」のレジャーは、わが国ではまだ比重が小さい。夫婦レジャーの性格が比較的強いものとしては、飲み屋・スナック、海外旅行、ショッピング、パチンコ、カラオケ、日曜大工、園芸などであり、スポーツは含まれていない。

(7) 参加時期からファミリーレジャーを見た場合、ほとんどのファミリーレジャーは、平日かまたは通常の休日・祭日におこなわれている。

また、秋を除く三つの季節休暇に特徴的なファミリーレジャーは、次のとおりである。

ゴールデンウィーク……ドライブ、外食、帰省旅行、国内旅行、遊園地
夏休み……海水浴、帰省旅行、国内旅行、水泳
年末年始……帰省旅行、室内ゲーム、ショッピング

(8) 日本人家族の四季の連続休暇の実態は、正月休みで平均五・三日、ゴールデンウィーク二・七日、夏休み四・〇日、秋休み一・五日、合計でも一三・五日という貧しさである。

このうち、日帰り行楽は、正月休みに最もよくおこなわれており（全世帯の六九・四%）、一泊以上の旅行は夏休みに最もよくおこなわれている（同三六・一%）。

(9) ファミリーレジャーの将来参加希望率を見ると、国内旅行が群を抜いて高く（五八・九%）、ピクニック・ハイキング、海水浴、ドライブなどの行楽レジャーも根強い人気である。

外食、ショッピング、散歩などの日常外出型レジャーは、現在、将来とも参加率が高く、すっかりファミリーレジャーとして定着している。

(10) ファミリーレジャーの成長性指標を見ると、まず際だって高いものが海外旅行、次いでスキーで、以下創作ホビー、潮干狩、キャンプ・登山、テニス、国内旅行、アイススケート、サイクリング、観劇、演芸鑑賞と続いている。

これらはいずれもアウトドア志向と活動性が高く、ファッショナブルで、社交性に富んだものといえよう。

《今後の動向》

八〇年代のわが国のファミリーレジャーは、以下のような点が相まって、ますます活発になることが予想される。

① 週休二日制などの休暇制度の充実で、家族の接触機会が増えること。

② 主婦や高齢者のレジャー活動が活発になってくること。

③ 八〇年代レジャーをリードするベビーブーム世代は、ニューファミリーとも呼ばれるように、家族志向や家庭志向が強いこと。

また、内容的には、今後ファミリースポーツ、ファミリーホビーが活発になることが予想され、わが国ファミリーレジャーも多様化の時代を迎えることになろう。この意味で、一九八〇年代は、「ファミリーレジャー新時代」と呼び得るかも知れない。

① 調査の方法

ファミリーレジャーの実態を調査するにあたり、まず家族による余暇活動の対象になると思われる五十種目の余暇活動を設定し、昭和五十六年の一年間における(イ)家族による参加経験、(ロ)その活動を行った家族の組合せ、(ハ)活動回数、(ニ)活動時期、(ホ)消費支出額、(ヘ)今後参加したい活動、についての設問を行なうこととした。

次に、特に四季の休暇に焦点をあて、休暇の実態とそこでの行楽、旅行の実態をたずねることとした。

この調査方法の概要は、次の通りである。

① 調査地域：全国

② 調査対象：人口五万人以上都市に居住する単身者世帯を除く世帯。記入者はその世帯の主婦・家事担当者

③ サンプル数：二千サンプル。うち回収一、六〇六サンプル（回収率八〇・三%）

④ 抽出方法：層化二段無作為抽出法

⑤ 調査方法：訪問留置法

⑥ 調査時期：五十六年十二月十一日〜十二月二十五日

② 調査の結果

(1) 参加率から見たファミリーレジャー

まず、家族単位で行われる余暇活動としてはどのような種類の余暇活動が活発に行われ、またそれへの参加率はどの程度であろうか。ここでは家族でなされる可能性のある余暇活動を五十種目に絞り、これらの余暇活動に昭和五十六年の一年間に家族で一回以上参加したことのあるものをたずねた。表1のA欄に示すのがその結果で、これは全国の家族（単身者世帯を除く世帯）のうちのどれだけの比率が、該当する余暇活動に一年間に一回以上参加しているかを示す。

なお、ここでの家族とは、両親と子供の組合せをさすだけでなく、同じ世帯を構成する者ならばすべてその組合せを含むものとして広く考えている。従ってここでの参加率は、必ずしもこの調査の回答者（大部分は主婦）が参加していなくても、他の家族同士が参加したものもすべて入っているわけである。

この調査結果から、家族の参加率が高いもの上位十位をぬき出したのか表2であり、またA、行楽・旅行、飲食、ゲーム・ギャンブル、B、スポーツ、趣味・創作、の二つの領域別に参加率の高いものから順にならべかえて図示したのが図1（次号掲載）である。

この二つの図表からまず明らかなように、部門別にいえば家族の参加率が高いのは行楽・旅行部門と飲食部門であって、スポーツ部門、ゲーム・ギャンブル部門、趣味・創作部門はこの二つの部門に比べれば参加率はかなり低くなる。行楽・旅行と飲食部門以外で参加率が上位十位に入っているのは、園芸・庭いじりだけである。

これはもちろん余暇活動の性格そのものの相違（特にスポーツ、趣味・創作の場合は個人的な性格が強い）によるところが大きいであろう。しかしそれと同時にわが国の場合、これまでのファミリーレジャーというと、行楽・旅行や外出（ショッピングや飲食）に偏ってきたということがいえるのではなかろうか。例えば欧米諸国などと比較すれば、わが国の場合行楽・旅行や飲食に関しては参加率はひけはとらない（もしくは上まわる）が、スポーツや趣味・創作に関しては現在でもかなり低いのではないかと推定される。その意味で、今後スポーツ部門や趣味・創作部門の余暇活動への家族参加率がどの程度高まるかが、これらのファミリーレジャーの動向をきめる大きなポイントとなろう。

表1. ファミリーレジャーの参加率，回数，費用（昭和56年）

部門	種目	A 参加率(%)	B 年間平均活動回数(回)	C 年間平均費用(円)	D 一回当り平均費用(円/回)
行楽・旅行	(1) 散歩	43.5	19.3	4,000	210
	(2) 遊園地	32.3	4.9	12,100	2,470
	(3) 動物園，水族館，博物館	32.6	2.8	10,600	3,790
	(4) 催しもの，博覧会	28.1	3.6	16,000	4,440
	(5) 運動会	48.7	1.7	3,300	1,940
	(6) お花見	24.0	1.7	7,600	4,470
	(7) ピクニック，ハイキング，くだもの狩りなど	29.2	3.6	14,000	3,890
	(8) 海水浴	39.4	2.6	22,300	8,580
	(9) 潮干狩	9.7	2.0	8,300	4,150
	(10) ドライブ	42.8	9.1	25,700	2,820
	(11) 帰省旅行（1泊以上）	31.0	3.2	82,400	25,750
	(12) 国内旅行（1泊以上）	31.2	2.2	111,000	50,450
	(13) 海外旅行	2.4	1.4	466,200	333,000
飲食など ゲーム・ギャンブル	(14) 外食（日常的なものを除く）	63.8	10.8	44,300	4,100
	(15) ショッピング	65.6	17.2	117,000	6,800
	(16) ホームパーティ	19.0	5.4	35,000	6,480
	(17) 飲み屋，スナック，クラブ，ディスコ	19.2	9.2	61,000	6,630
	(18) 囲碁，将棋	9.3	19.4	2,400	120
	(19) トランプ，オセロ，テレビゲームなどの室内ゲーム	27.6	16.0	1,800	110
	(20) 麻雀	9.5	18.4	14,600	790
	(21) ゲームセンター	8.0	6.5	8,700	1,340
	(22) パチンコ	17.3	13.1	19,800	1,510
	(23) 競馬，競輪などのギャンブル	4.5	14.5	61,100	4,210
スポーツ	(1) 体操，トレーニング	18.4	24.7	6,200	250
	(2) ジョギング，マラソン	13.4	24.6	3,100	130
	(3) キャッチボール，野球，ソフトボール	24.2	17.1	1,400	80
	(4) サイクリング	11.2	8.8	2,700	310
	(5) ボウリング	14.4	4.1	9,300	2,270
	(6) 水泳（プールでの）	28.1	7.9	10,200	1,290
	(7) ゴルフ	9.3	11.2	85,200	7,610
	(8) テニス	7.8	14.2	10,500	740
	(9) スキー	7.5	4.8	66,000	13,750
	(10) スイススケート	6.4	4.5	11,600	2,580
	(11) 釣り	23.5	7.3	18,500	2,530
	(12) キャンプ，登山	9.0	2.7	22,200	8,220
	(13) バドミントン	14.6	12.4	1,700	140
	(14) 卓球	7.7	11.3	2,200	190
趣味・創作	(15) 楽器演奏，コーラス	6.0	17.3	7,300	420
	(16) カラオケ	20.3	12.3	24,100	1,960
	(17) 創作ホビー（彫金，ドライフラワー，革細工，染物，陶芸など）	4.2	23.2	32,000	1,380
	(18) 模型づくり，機械いじり	7.7	10.8	10,400	960
	(19) 日曜大工	15.7	7.3	19,200	2,630
	(20) 園芸，庭いじり，家庭菜園	36.1	22.8	12,400	540
	(21) 料理（日常的なものを除く），菓子づくり	20.7	13.6	13,500	990
	(22) スポーツ観戦（テレビは除く）	12.4	4.5	9,500	2,110
	(23) 映画（テレビは除く）	22.2	3.5	9,300	2,660
	(24) 観劇，演芸鑑賞（テレビは除く）	13.3	3.4	14,900	4,380
	(25) 美術館，美術展	14.8	4.5	9,800	2,180
	(26) 音楽観賞（音楽会，レコード鑑賞）	15.5	14.5	10,100	700
	(27) けいこごと（茶・花・書道，日舞など）	12.1	35.2	55,200	1,570

表2 ファミリーレジャー参加率ベスト10

順位	種目	参加率
1.	ショッピング	65.6%
2.	外食	63.8%
3.	運動会	48.7%
4.	散歩	43.5%
5.	ドライブ	42.8%
6.	海水浴	39.4%
7.	園芸・庭いじり・家庭菜園	36.1%
8.	動物園	32.6%
9.	遊園地	32.3%
10.	国内旅行	31.2%

図1を個別に見てまず眼につくのは、ショッピングと外食の参加率の高さである。ショッピング六五・六%、外食六三・八%の参加率で、全体の一位、二位を占めている。先ほどわが国のファミリーレジャーは行楽・旅行や外出に偏ってきたのではないかと述べたが、その中でショッピングとか外食は必ずしも伝統的なわが国のファミリーレジャーではなかった。家族としてそうした余暇活動を楽しむことが一般化してきたのは比較的最近、特に昭和四〇年代以降のことなのではないかと考えられる。とりわけ外食（日常的なものを除く）についてはこの傾向が顕著である。そのショッピング、外食でこのように参加率が高いということは、従来の行楽を中心とする非日常型余暇に、ショッピング、外食などの外出を中心とする日常型余暇が加わって、ファミリーレジャーの様相がかなり変ってきたことを意味している。

次に旅行関係の参加率が国内旅行三一・二%、帰省旅行三一・〇%で相当に高いことが注目される。特に帰省旅行は国内旅行とほとんど同じ比率で、ファミリーレジャーにおいては帰省旅行がきわめて重要な比重を持っていることがわかる。但し海外旅行の参加率は二・四%で、まだきわめて低い。別の資料では、個人ベースでみた場合には海外旅行への参加率は六・六%（昭和五十四年）に達している。これからみてわが国では海外旅行は個人ベースの参加が中心で、家族による海外旅行が普及するのはまだこれからとみられる。

（以下次号掲載に続く）

"灰色機"は通常出品

AMOAエキスポ82、G機扱いしない方針

米国AMOA（アミューズメント&ミュージック・オペレーターズ・アソシエーション、本部シカゴ）では十一月十七日から四日間、シカゴ市内のハイアット・リージェンシーホテルでAMOAエキスポ82を開催するが、展示会場では"灰色機"の展示について今回は別段の定めがないことが判明した。

灰色機（グレイエリアゲーム機）は、ポーカーやブラックジャックなどカードゲームや競馬レースなど賭けごとを内容としたゲーム機で、ペイアウト機能を持たないため明らかなギャンブル機としにくいものを言う。この灰色機の取扱いにAMOAは苦慮しており、米国各地で灰色機が社会問題化して健全なアーケードゲーム機までが地域社会からボイコットされるなどの現実から、昨年灰色機をギャンブル機として取扱うことでAMOAエキスポ81を進めたが、有力な反論があって今年は灰色機をめぐる特別委員会を設置、全会員の意見を求めるなどの活動を通じて"灰色機対策"を進めている（本紙第185号で詳報）。この特別委員会での結論はさらに日数がかかる見込みで、今年のエキスポ82出展募集に当たって、今回は灰色機について特に定めないとしたわけだ。

AMOAエキスポでは、米ギャンブル機は、使用制限を明示して出品がここ数年許されており、灰色機は昨年の場合ギャンブル機として出品されたわけだが、今年はその規定がなくなっただけのこと。米国のAM業界がなぜGマシンの出品を許すのかは、全然わからない。

シネマ社の「ボクシング・バグ」ダイナモに許諾

AOEでの販促活動でみる広報

米国のシネマトロニクス社（本社カリフォルニア州エルキャニオン、フレッド・フクモト社長）ではダイナモ社（本社テキサス州グランプレーリー、ビル・リケット社長）とライセンス契約し、シネマトロニクス社のXY方式TVゲーム機「ボクシング・バグ」をダイナモ社が許諾を受けて製造することになった、と五月はじめ発表した。

ダイナモ社はもともとプールテーブルやサッカーテーブルのメーカー。TVゲーム機については試作段階の一機目に続いて、今回のライセンス機が二機目となり、XY方式では初めてとなる。シネマトロニクス社のフクモト社長は「めったなことでXY方式のTVゲーム機を他にライセンス生産させない方針だが、ダイナモ社との相互の協力関係を続けたいので、今回ライセンスした」と語っている。

なおXY方式は、今は会社としてはなくなったベクタービーム社が開発したものとされている。ベクタービーム社は七九年五月、XY方式の特許権とともにシネマトロニクス社に買いとられ、さらにベクタービーム社は同年十二月エキシディ社に買いとられている。詳しくはわからないが、XY方式は現在シネマトロニクス社のもつところのようである。

さてシネマトロニクス社に関するニュースとして、今回は日本のメーカーにでもできる比較的簡単な広報活動のひとつを紹介しておこう。同社はさきほどシカゴで開かれたAOEショーでTVゲーム機「ジャックと豆の木」を披露したが、その際一種のゲーム大会も行ない、同社の展示ブースにある同機で五千点以上得点を上げた人に、プレイヤーの名を彫り込んだ金の卵をプレゼントした。金の卵は同機のゲーム内容にちなんだもの。こうして進めた催しの結果、ゲーム内容をよく理解してもらい、販売促進に成果をあげたとのことだ。

同社はこのことをニュースレリーズにまとめ、それを世界の主な業界紙に送付した。受けて立つ業界紙側はそれを載せるかどうかを判断するわけだが、載った場合は大きな効果を生む——これが企業ベースの広報のひとつの方法である。

「ボクシング・バグ」で許諾契約したダイナモ社のリケット社長（左）とシネマトロニクス社のフクモト社長

金の卵をプレゼントするシネマトロニクス社のストラウト副社長（左）

「ハイパーボール」タイプの ラピッド・ファイアー

バリー・ピンボールから発売へ

米国バリー社のピンボール部門（本社イリノイ州ベンセンビル）から、「ラピッド・ファイアー」が発売されることになった。これはさきほどシカゴで開かれたAOEショーで発表され、話題になっていたもので、このほど米国での発売が明らかになったもの。

「ラピッド・ファイアー」は、ウィリアムズ社の「ハイパーボール」と似ており、手前にあるレバーボタンでボールを打ち出し、プレイフィールド上と左右の端にあるターゲットを狙い打ちしていくもの。ゲーム内容は侵略に対する迎撃で、守るべきプレイヤー側の基地はひとつから四つまでオペレーターにより調整可能となっている。

RAPID FIRE
(Bally Pinball Division)

アタリ社重役異動

ファランド氏は業務用部門副社長に

米国アタリ社（本社カリフォルニア州ミルピタス、レイモンド・カサール会長）では、業務用（硬貨作動式）部門（ケネス・ハークネス社長）で四月二十日付で、ジョン・ファランド氏を執行副社長に、またドナルド・オズボーン氏を販売・マーケティング担当副社長に任命した。

これは先ほど同部門でマーケティング担当副社長だったフランク・バローズ氏が辞めたことによる異動で、販売担当副社長のオズボーン氏にマーケティング担当を兼ねさせ、さらにハークネス社長とオズボーン副社長の間に、執行副社長を新設してファランド氏に就かせたもの。ファランド氏は業務用インターナショナル部門の社長であるが、これで業務用部門の執行副社長を兼ねることになる。

センチュリー社は カミンコウ社長に

アタリ社以外で最近の主な異動は次のとおりで、とくにカミンコウ氏がセンチュリー社の社長になったのが、最も注目されている。

二月、バリー・ノースイースト・ディストリビューター社の社長を退任したアーノルド・カミンコウ氏は、このほどセンチュリー社（ミルトン・コフマン会長）の社長に就任した。

一方、センチュリー社の社長を退任したエド・ミラー氏は今どうしているかというと、かつての同僚ビル・オリゲス氏が社長をしているテクスターム社（本社フロリダ州マイアミ）のコンサルタントをしている。

またスターン社（ゲーリー・スターン社長）では、AMゲーム部門の社長だったスチーブン・カウフマン氏がこのほど退任した。しばらくの間、同部門はゲーリー・スターン氏とラリー・シーガル氏（シーバーグ・ジューク部門の社長）が担当することになっている。

米国のデータイースト社では、ブターニ社長退任のあとを、横山忠氏が副社長兼専務で業務を引継いでいる。

英国の有力ディストリビューター ロンドンコイン社 業務を閉鎖

同系のエンタム社が残務処理に

英国の有力なディストリビューターとして知られているロンドンコインマシン社（本社ロンドン、ジム・プライド社長）が、四月三十日に業務を閉鎖して衝撃を与えている。

同社の親会社であるトラストハウス・フォルテ・レジャー（TFL）社が、発表した内容は次のとおりである。——TFL社はそのAM部門を整理中であり、そのためロンドンコイン社の業務を四月末に閉鎖し、同社をエンタム・レジャー社に吸収させた。エンタムレジャー社は今後TFL社に必要なゲーム機などを供給することになった。ロンドンコイン社が持っていた在庫品、注文、債務などについてはエンタムレジャー社が代わりとなって処理する。

これをもう少しわかりやすく説明すると、ロンドンコイン社は経営悪化のためその業務を停止し、内整理に入ったということで、TFL社が子会社でオペレーターのエンタムレジャー社に、同じく子会社のロンドンコイン社の内整理に当らせたもの。従って五月一日以後はエンタムレジャー社が"ロンドンコインマシン"の看板のもとで、ゲーム機などの仕入れ、供給をすることになったが、かつてのディストリビューターとしての業務は大幅に縮少されるし、メーカーによるディストリビューター指名リストからもはずされることになった。

全国メダルゲーム機、ＴＶゲーム設置

都道府県別の 機種別設置台数

昨年10月末
警察庁調査

アミューズメント通信社編

管区	区分 / 都道府県	営業所数	機種別 回胴式	回転式	電光点滅式	ルーレット	ピンボール	テレビゲーム機 インベーダー型式のもの	その他のもの	計	その他	合計
北海道	道本部	995	247	145	251	30	90	2,546	1,160	3,706	567	5,036
	旭川方面	427	33	5	55	9	6	860	306	1,166	66	1,340
	釧路方面	457	65	38	88	10	9	786	375	1,161	26	1,397
	北見方面	254	3	6	6	2	3	598	213	811	7	838
	函館方面	403	8	15	8		4	1,039	24	1,063		1,098
	計	2,536	356	209	408	51	112	5,829	2,078	7,907	666	9,709
東北	青森県	758	63	20	67	27	42	1,486	493	1,979	228	2,426
	岩手県	601	35	22	101	2	31	962	563	1,525	34	1,750
	宮城県	595	1,190	151	238	109	136	1,508	748	2,256	83	4,163
	秋田県	661	59	13	30	2	14	1,348	693	2,041	27	2,186
	山形県	723	35	9	22		25	1,463	612	2,075	252	2,418
	福島県	1,576	140	108	263	8	163	2,802	1,132	3,934	405	5,021
	計	4,914	1,522	323	721	148	411	9,569	4,241	13,810	1,029	17,964
	警視庁	5,827	1,000	524	835	138	1,527	26,250	6,475	32,725	771	37,520
関東	茨城県	714	253	94	117	47	38	1,776	779	2,555	165	3,269
	栃木県	906	151	101	183	29	239	1,977	1,160	3,137	500	4,340
	群馬県	815	137	59	587	27	85	1,901	434	2,335	279	3,509
	埼玉県	729	176	40	134	16	211	3,668	1,325	4,993	184	5,754
	千葉県	1,903	403	223	290	38	303	4,290	788	5,078	140	6,475
	神奈川県	1,400	748	111	157	145	550	5,009	2,674	7,683	809	10,203
	新潟県	1,147	121	62	103	10	94	2,065	1,326	3,391	335	4,116
	山梨県	543	107	147	127	19	223	1,414	302	1,716	80	2,419
	長野県	2,022	170	117	179	31	195	3,551	1,720	5,271	548	6,511
	静岡県	2,260	255	95	154	16	228	4,774	1,945	6,719	477	7,944
	計	12,439	2,521	1,049	2,031	378	2,166	30,425	12,453	42,878	3,517	54,540
中部	富山県	730	79	57	58	10	62	1,546	862	2,408	111	2,785
	石川県	740	77	25	117	18	87	1,434	952	2,386	470	3,180
	福井県	722	3	7	14	8	13	1,059	532	1,591	240	1,876
	岐阜県	1,456	66	113	63	26	187	2,362	1,487	3,849	447	4,751
	愛知県	2,725	415	210	413	65	549	5,903	3,289	9,192	1,369	12,213
	三重県	1,379	320	67	103	11	104	2,046	823	2,869	451	3,925
	計	7,752	960	479	768	138	1,002	14,350	7,945	22,295	3,088	28,730
近畿	滋賀県	410	154	26	79	41	49	913	334	1,247	249	1,845
	京都府	781	278	64	143	13	25	2,484	818	3,302	97	3,922
	大阪府	3,984	947	183	1,473	62	232	8,540	3,577	12,117	1,012	16,026
	兵庫県	913	1,386	112	236	14	860	2,133	1,259	3,392	288	6,288
	奈良県	347	525	48	39	10	152	392	277	669	4	1,447
	和歌山県	904	430	172	72	29	74	1,940	985	2,925	57	3,759
	計	7,339	3,720	605	2,042	169	1,392	16,402	7,250	23,652	1,707	33,287
中国	鳥取県	613	158	61	142	4	152	947	320	1,267	223	2,007
	島根県	468	39	14	29	5	24	691	424	1,115	7	1,233
	岡山県	977	256	44	149	23	99	2,159	831	2,990	324	3,885
	広島県	1,507	433	35	114	36	122	3,170	1,377	4,547	148	5,435
	山口県	467	57	56	57	2	193	884	368	1,252	115	1,732
	計	4,032	943	210	491	70	590	7,851	3,320	11,171	817	14,292
四国	徳島県	725	118	42	127	14	156	1,557	781	2,338	282	3,077
	香川県	482	259	59	95	4	111	941	375	1,316	190	2,034
	愛媛県	989	99	79	155	25	95	1,819	616	2,435	360	3,248
	高知県	736	11	12	53	6	57	896	620	1,516	46	1,701
	計	2,932	487	192	430	49	419	5,213	2,392	7,605	878	10,060
九州	福岡県	1,317	134	37	116	23	166	3,627	1,407	5,034	325	5,835
	佐賀県	234	15	1	8	3		523	158	681	22	730
	長崎県	1,135	23	24	78	10	86	1,610	1,001	2,611	403	3,235
	熊本県	485	77	16	49	7	24	970	533	1,503	91	1,767
	大分県	399	57	35	9	1	13	859	337	1,196	15	1,326
	宮崎県	464	10	16	136	5	26	826	428	1,254	102	1,549
	鹿児島県	1,064	35	14	45	12	78	2,040	625	2,665	5	2,854
	沖縄県	687	35	35	110	7	9	764	440	1,204	57	1,457
	計	5,785	386	178	551	68	402	11,219	4,929	16,148	1,020	18,753
	合計	53,556	11,895	3,769	8,277	1,209	8,021	127,108	51,083	178,191	13,493	224,855

メダルゲーム機、ＴＶゲーム機設置

全国営業所数、機種別台数

56年10月末
警察庁調査

業態別 ＼ 遊技機種等	営業所数	機種別 回胴式	回転式	電光点滅式	ルーレット	ピンボール	テレビゲーム機 インベーダー型式のもの	その他のもの	計	その他	合計
メダルゲーム場	1,977	9,397	1,940	3,216	686	3,880	11,368	5,722	17,090	4,510	40,719
テレビゲーム機を専業とするメダルゲーム場	2,438	619	477	802	104	1,311	28,181	11,172	39,353	1,906	44,572
深夜飲食店営業	9,193	295	277	1,251	144	329	15,787	4,542	20,329	546	23,171
深夜飲食店営業以外の飲食店営業	5,394	147	193	382	26	133	9,793	3,064	12,857	314	14,052
喫茶店等	25,725	320	250	1,049	74	228	44,379	16,253	60,632	1,893	64,446
風俗営業	411	77	27	3	1	31	662	229	891	233	1,263
旅館、ホテル	4,223	649	285	714	81	861	7,025	4,824	11,849	2,198	16,637
その他	4,195	391	320	860	93	1,248	9,913	5,277	15,190	1,893	19,995
計	53,556	11,895	3,769	8,277	1,209	8,021	127,108	51,083	178,191	13,493	224,855

解説　警視庁による昨年十月末現在の実態調査の全般的な結果については本紙第182号既報のとおりであるが、このほど業態別集計、さらに全国の都道府県別集計についても発表になった。とりあえず、これらの集計表について解説をすれば次のようになる。

今回調査は従来から恒例で調べてきたメダルゲーム関係のほか、五十四年当時問題となったインベーダーゲーム機などTVゲーム機についても調査したもの。いわゆるゲーム場だけでなくシングルロケと呼ばれる分野についてもキメ細かく調べられている。

分類上の定義については警察庁ではおよそ次のように定めている。まず業態別で**メダルゲーム場**とは一定数のメダルゲーム機などを設置している専業ゲーム場で、遊園地施設内のものも含まれている。

テレビゲーム機を専業とするメダルゲーム場とは一定数のテレビゲーム機を設置しメダルゲームも営業している専業ゲーム場をいう。機械の種類については次のとおりとなる。

回胴式……スロットマシンのように、レバーの操作によってドラムを回転させる型式のもので、ドラムに表示されている数字などの組合せを充足させるもの。

回転式……ロタミントのように、メダル投入によって回転盤を回転させる型式のもので、回転盤に表示されている数字などの組合せを充足させるもの。

電光点滅式……ダービー、ワンダーボーイなどのように電光の点滅によって勝負の結果が表示されるもの。

ルーレット……いわゆるテーブル型と言われる大型のもの（対人ゲーム）。

ピンボール……傾斜をもたせた盤面に打球棒で数個のボールを発射させ、セーフ穴に入れることによって組合せを充足する**ビンゴ型**、およびバンパー、ターゲットにボールを当てて得点を得る**フリッパー型**の二種類。

テレビゲーム機のうち**インベーダー型式のもの**……マイコン内蔵のテレビゲーム機で、ブラウン管に現われる映像物をプレイヤーがボタン操作によってビーム砲を発射させ、破壊し得点を重ねていくものなど。

なお同庁では「テレビゲーム機」の中には、ポーカーや競馬などギャンプルを内容としたものがあり、これらによる賭博事犯が目立つとしている。AM業界側での良識ある規制が望まれているところである。

話題のマシン

DCシリーズの最新ゲームとして プロテニス

データイースト、占い機「ジュピター」も

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）からDCシステムのTVゲームカセット「プロテニス」とコンピューター占い機「ジュピター」が五月中旬から発売となっている。

まず「プロテニス」だが、これはTV画面内でコンピューターを相手にテニスをするもので、テニスコートは中央のネットをはさんでプレイヤー側（画面下部）が大きく相手側（画面上部）が小さく描かれ、遠近感を出している。

プレイヤーは八方向レバーで中央のネット近くまで自由に移動できる。試合はプレイヤー側のサーブから始まり、ボタンを押すとボールがラケットで打たれ相手コートへ飛んでいく。この時ボールは中央部で大きく、画面上部と下部で小さくなる（ボールが地面に当った時が最も小さい）。相手が返球してくればボタンを押して打ち返すが、早目に押すとボールは左へ、遅目だと右へ飛んでいく。またネット近くまで移動しボレー、スマッシュもできる。相手が打ち返せないと一ポイントとなり、四ポイント先取すると一セット終了で次のセットへ進む。三－三のジュースの場合は二ポイント連続して先取した側の勝ちになるなど、ルールはスポーツのテニスと同じ。

得点はセットのポイントとは別に、打ち返すたびに上がっていく。相手に四ポイント先取されると一人アウトになり、三人アウトでゲーム終了だが、一定得点以上で一人が追加される。テープ単価四万三千円。

次に「ジュピター」はコンピューターによる占い機で、生年月日から「数命法則」というものに従って向こう一週間の運勢を占うもの。

硬貨を投入すると、蛍光表示管によりカタカナで入力操作手順が指示され、その指示通りに盤面右下にあるキーボタンを押していく。その指示順は占い日、性別、生年月日、占いたい項目（①性格・健康、②学業・進路、③仕事・適正、④金銭・ギャンブル、⑤愛情・セックス）。全部押し終わると数秒間で占い結果が、銀色の金属紙にカタカナでプリントされて自動的に出てくる。

本体と設置台がセットで定価四十五万円。

プロテニス

ジュピター

日邦のミニポーターシリーズで 宇宙カーとペア

2人用バッテリーカー

日邦産業㈱（本社大阪、田中謹四郎社長）からバッテリーカー「宇宙カー」と「ペア」が発売となっている。

両機種とも同社"二人乗りミニポーター"シリーズの新製品で、座席部分が大人二人でも楽に座れる余裕ある設計になっている。

「宇宙カー」は運転席の前にランプが六個、後部に二個ついており、それぞれ作動とともに点滅する。電子音内蔵。「ペア」はクラシックカーをモデルにしたもので、作動中「ちょうちょう」「むすんでひらいて」（スイッチによりどちらか一曲選択）のメロディーが流れる。両機種とも作動時間は九十秒で、後輪駆動方式を採用している。

定価は各四十万円。

宇宙カー（上）とペア

朝日のミニレールウェイシリーズで 注文に応じて 私鉄電車も

5両連結可能に、230ミリゲージ

朝日エンジニアリング㈱（本社大阪、佐原十郎社長）から五両連結までできるレール走行式乗物機「32レールウェイ」シリーズが発売となった。

これは同シリーズの従来機「EL－32」「ひかり号」「SL－17」の三機種について、それぞれ二両連結を五両まで連結できるようにし、また「EL－32」を注文に応じた電車（例えば阪急、阪神近鉄など）にして発売していることが特徴。二五〇㍉ゲージで45度ポイント採用、メロディつき。定員は一両につき一人。

定価は二両連結の価格（S型百二十万円、W型三百二十万円）に一両連結するごとに一定価格（未定）が加算される。

32レールウェイ・シリーズのひかり号（上）とEL－32（写真は阪急電車）

話題のマシン

ボタン操作の バイオリズム機

ユニエンターから発売へ

人間は生まれた瞬間から身体、感情、知性に一定の周期的リズム（バイオリズム）があるとされているが、各人におけるバイオリズムの算出方法が複雑なうえ、その判断が難しい。そこでバイオリズム曲線とその判断がコンピューターによってなされる機械「バイオリズムマシン」が㈱ユニエンタープライズ（本社仙台市、玉手良光社長）から六月下旬に発売されることになった。

これは硬貨を投入し必要データのキーボタンを押すと、知りたい判断がプリントされたシートが出てくるもので、次の三種類の判断（選択制で一回一種類）がある。自分の生年月日をキーボタンで押した後、①知りたい日付と「スタート1」ボタンを押すと、その日から二週間分のバイオリズム曲線とコメントが、②知りたい日付と「スタート2」ボタンを押すとその日の愛情、金運、健康など十二項目の予想グラフとコメントが、③相性を知りたい相手の生年月日と「スタート3」ボタンで身体、感情、知性、その総合に関し相性率（相性の合う確率）とコメントが、それぞれプリントで出てくる。

なお同機は「日本バイオリズム協会」の指導を得たもので、同社では「複雑な"バイオリズム学"をわかりやすくして普及させたい」としている。

定価五十四万円。

バイオリズムマシン

信水から「銀河鉄道」ミニレール 坂を登る汽車

標準タイプで全長64m

登坂勾配を採り入れたレール走行式乗物機「銀河鉄道」が信水貿易㈱（本社東京、森川寿社長）から発売されている。

これは同社"チビロコシリーズ"の新作で、白い煙をはきながら走るもの。煙は加熱によるものではなく、高周波振動による蒸気を利用している。機関車と客車一台が連結されたものが一編成で、二編成を自動的に送り出すことができる。途中の登坂勾配は八度、登坂最大高さは一・五㍍。ゲージ幅は百七十五㍉。レール直線部分三十七・四㍍、曲線部分二十六・六㍍、全長六十四㍍（標準タイプ）。一編成で定員は三人（大人一人、子ども二人）。

同社では「スペースに合わせて自由にレイアウトでき、また登坂勾配の下の部分が他目的に利用できるのが特徴」としている。

定価は標準タイプ（基本型レールとのセットで組立設置料込み）で六百万円。

銀河鉄道

エアーアクション遊具の新作 ロバのドンキー

大阪テントから発売に

㈱大阪テント（本社大阪、友永勝社長）からエアーアクション遊具「ドンキー」が発売されている。

これは同社新シリーズ"ジャンプハウス"第一弾で、従来の円型でなく四角い形になり四方がネット張りで内部が明るい。ロバの足四本が四隅の柱になっている。大きさ五㍍×五㍍。定員十八名。定価二百五十万円。

ドンキー

大倉産業の定置型乗物 宇宙旅行をテーマに

コロンビア号とスペースシャトル

大倉産業㈱（本社大阪、大倉治社長）から定置回転式乗物機「コロンビア号」と定置式乗物機「スペースシャトル」が発売となっている。

両機とも米国の宇宙旅客船"スペースシャトル"をモデルとしたもので、「コロンビア号」は宇宙ステーションを中心にスペースシャトルと宇宙飛行士が、上下運動をしながら回転する。作動中に宇宙飛行士と交信する会話がテープにより流れ、ボタン操作で宇宙音が出て宇宙ステーションにあるランプが点滅。二人乗り。定価百九万六千円。

「スペースシャトル」は「コロンビア号」の座席部分を定置式にしたもので、ピッチングの動きをする。作動中にメロディーが流れ、二個のランプが点滅。二人乗り。定価七十六万円。

スペースシャトル

コロンビア号

オペレーターのための電気の広場

ABCからマイコンまで

連載第13回

家庭で使用される最新電子技術

エレクトロニクスの世界は今、さらに大きな飛躍の時を迎えようとしている。先端技術分野は日進月歩の進歩を遂げ、二十一世紀を迎える頃には、わたしたちの周囲も相当に違った様相を呈してきそうな勢いだ。

ことに前回簡単に紹介しておいたマイコンは、そのなかでも中核的な役割りを果たすことになろう。現在でも、パーソナル・コンピュータは言うに及ばず、家庭用のミシン、洗濯機をはじめとして、ステレオ、防犯装置、自動車など、あらゆるものの中にマイコンが内蔵され、各種の制御を行なうようになってきている。

このマイコンそのものの進歩によって、ここ十数年の間に、これまで以上にいろいろなものの中に、マイコンの影が忍び込むようになるだろう。そして、マイコンを内蔵していない電子機器というものを捜し出すことすら難しくなるかもしれない。それほどマイコンの偉力は大きいものである。

さて、そうしたマイコンの進歩以外にも、エレクトロニクスの先端技術分野は活気を帯びてきている。しかし、いずれにしてもこれらエレクトロニクス分野は、「電気の広場」でこれまでに紹介してきたような、電気の基礎知識が基盤になっているのである。そこで「電気の広場」連載「第I部」を締めくくるにあたって、こうしたエレクトロニクスの最先端技術のうちでも、すでに商品という形をとりつつある技術を二つ紹介して幕を閉じたいと思う。

高品質などメリットの多い「ビデオディスク」

まず、第一番目に取り上げるのは、「ビデオディスク」である。ビデオディスクというのは、音と映像の両方が記録されたディスク（円盤）を専用のプレーヤーで再生するシステムのことである。日本でもすでに第一号が商品化されている。

音と映像の記録・再生ということだけから言うと、すでにVTR（ビデオテープレコーダー）というものがあり、これは再生だけでなく録画もできる。一方のビデオディスクは、基本的には、一般の音楽レコードと同じく再生専用で、録音・録画には特殊な装置がいる。それなのにどうしてVTRをも凌ぐ市場があるといわれているのかというと、そこにビデオディスク独特の特徴があるからである。

第一に、映像がVTRに比べて美しいこと。第二に、どこでも見たい所を指定してすぐにとり出せる「ランダムアクセス」や完全に静止画像を再生できる方式もあること。第三に、音がよくてオーディオ用としても十分に利用できることなどが挙げられる。

光学、CED、VHDの三方式で商品化進む

現在、ビデオディスクには三つの方式がある。「光学式」、「CED方式」、「VHD方式」の三つである。

光学式は、レーザー管から出る光のビームをディスク盤上の穴に当てて、ディスク盤中のアルミ板からの反射光の変化で電気信号を読みとる方式である。音声はステレオ、ランダムアクセスや種々のトリックプレイが可能で、ディスクについた多少の手あかも再生に影響しないという利点がある反面、レーザー管を使う再生装置やディスク盤のプレスに金がかかりコスト高になるという難点がある。

CED方式は、静電方式とも呼ばれ、電極化されたディスク盤と再生用の針との間で生じる静電容量（キャパシタンス）の変化で記録された電気信号を読み取るというものである。再生装置やディスク盤そのものの製造は他の方式に比べ安くつくが、音はモノラルで、ランダムアクセスのようなビデオディスクの特徴ともいえる再生方法ができないといった難点がある。

最後のVHD方式は、光学式と同じようにディスクの原盤のカッティングにはレーザーを使用する。ただし、再生にはレーザーは使用せずに、CED方式のように再生針を使って電気信号をピックアップする。音声はステレオ、ランダムアクセスもできるが、ディスク盤や針の寿命が短い。

現在も、この三方式いずれもが商品化ないしは商品化の努力を続けているが、まだどれかに軍配があがったという気配はない。

このビデオディスクは音楽のステージや映画の再生などの用途以外にも広い用途がある。たとえば、静止画像をランダムアクセスで取り出せる強みを利用して、ビデオディスク版百科事典も登場しそうである。ビデオディスクには、両面で10万8000枚の画像を収録できる。特に光学式の場合にはそれぞれの画像に画像番号が割り振られているために、「10739」などといった番号で、すぐに望みの画像を再生できる（ランダムアクセス）のである。これにマイコンを組み合わせて適当なプログラムを与えておくと、たとえば、「電気」と入力すると百科事典の「電気」の項目のページを画像として再生できるわけだ。

アナログ記号を音響に オーディオ・ディスク

ビデオディスクと同様の先端技術商品が、オーディオの世界でも誕生しようとしている。これは、「ディジタルオーディオディスク（DAD）」と呼ばれるものである。

これまで、オーディオの世界では、音を電気信号に変える場合、すべてアナログで処理してきた。アナログとは時間とともに連続的に変化する量で、音の信号はもともとアナログである。ところが最近になって、このアナログの音を非常に細かい点に分けて0か1かといったディジタルとして扱おうという考え方が出てきた。

ディジタルで音を扱う利点は、音の信号をアナログのまま扱った場合に比べて、再生装置の回転ムラの影響を受けることもなく、周波数特性もよくてダイナミックレンジも広がるということである。こうしたディジタルの考え方を音楽の再生装置にとり入れたのがDADである。DADで利用される技術はビデオディスクとほぼ同様である。

DADそのものの利点は、記録できる容量が大きいということ。たとえば光学式のDADでは直径12センチのコンパクトディスク上に、従来の30センチLPよりもっと多くの音を収容できる。実際には片面の演奏時間が約60分で、従来のLP（同約23分）の二倍以上である。

DADも三方式がある 光学、圧電、静電容量

DADにも現在三つの方式がある。「光学式」、「圧電式」、「静電容量方式」の三つである。

光学式のディスクはコンパクトディスク（CD）と呼ばれ、直径12センチ、再生装置のピックアップには波長780＋1ミリメートルの半導体レーザーを使って読み出す。

この光学式のDADを例にとって、従来のLPレコードとの違いをもっと詳しくみてみよう。まず音質については、再生周波数帯域がDADで20～20000ヘルツ、LPレコードが30～20000ヘルツ。ダイナミックレンジはDADが90dB（デシベル）以上に対し、LPレコードは78dB程度。チャネルセパレーションも格段に高い。ディスク盤の寿命はLPレコードだと数十回で高域特性が劣化してしまうが、光学式のDADは半永久的な寿命を持つ。こうした利点が買われて、映像のあるビデオディスクとは別に、この音だけのディジタルオーディオディスクも注目を浴びているのである。

さて、DADの残りの二つの方式のうち、圧電式のディスクはマイクロディスク（MD）と呼ばれ、直径13・5センチで塩化ビニールを素材としている。演奏時間は片面60分。再生には圧電素子とダイヤモンド針を組み合わせたピックアップを使用する。

三つ目の静電容量方式のディスクは、オーディオ ハイデンシティ ディスク（AHD）と呼ばれ、直径が26センチある。このAHDの場合、再生装置はVHD方式のビデオディスクのものを流用できる強みがある。電気信号の再生には電極の付いたダイヤモンド針のピックアップを利用する。

光ファイバー通信など 発達続ける〝電子技術〟

現在、活発に商品化に拍車がかかりつつあるビデオディスクとディジタルオーディオディスクという二つのエレクトロニクス先端技術の成果を見てきたわけだが、これ以外にもエレクトロニクスの分野は進歩を続けている。たとえば、髪の毛程度の細いグラスファイバー（柔軟性のあるガラス棒のようなもの）の中に光を通して信号を伝送する光ファイバーなどもその一つである。

さらに、これまでTVの中でただ一つ半導体化されず真空管のままだったブラウン管も新しいものが研究されている。今では、TVの大きさはブラウン管の大きさだというくらいかさばって、TVの小型を防げていたがこれにもようやく終止符が打たれそうである。

ブラウン管を使うことでてくる制約はおもに二つある。一つは26インチ以上の超大型の画面を作るのが難しいこと。もう一つはブラウン管だと奥行きがどうしても大きくなり、壁かけTVのような超薄型化が難しいことである。こうした難点を克服するTVも徐々に実用化されつつある。さらに、将来はホログラフィ技術の進歩で、立体TVが出現するというのもまんざら夢ではなくなりつつある。

これらの新しい画像の表示方法は、現在のTVゲームの在り方を根本的に変えるだろうし、産業界で注目を浴びているコンピュータグラフィックスやロボット関連の技術も、ゲームマシンに少なからぬ影響を与えそうである。

アミューズメント・マシン業界も、もはやエレクトロニクス技術を離れては存在できないという世界になってきている。

MULTI CAMERA EYES まるちかめらあいず No.9

矢飛圓方

本の話①

鎌先の教科書についての話がいつまでたっても終らないので苛苛してしまったぜ。

あんな調子でながながとやられっちまった日には、まるで、まるちかめら　あいず　イコール教科書の話と勘違いされっちまっても文句のつけようがなくなっちまうってことよ。

俗に〈豚もおだてりゃ木に登る〉って言うけど鎌先の野郎、ちょっとばかり寸言人を刺すとか明晰な一言とかよいしょしてやったら、その気になってしまいやがって、あんな調子でやられっちまったら、たいがい、教科書問題に関心をもっている手合でも厭気がさしてきてしまうってことよ。

この間久しぶりに奴に出逢ったから、えっ、どこで出逢ったって、あの樟の木立に囲まれた珈琲が美味しいK喫茶店さ、樟の若葉が薄い茶を混じえた薄い緑で燃えたつようだったぜ。

まるで、あれだな、新緑が下からもこもこと湧きあがってくるような感じだな。あの樟っていうやつは。

俺が珈琲をのみながら五月の朝の陽射しに映える柔らかな樟のふわっと靄か霞がかかっているような若い緑の生命力に今更ながらうたれているというところに奴は偶然来やがった。

冴えない顔色をしてやがったぜ。

俺はてっきり、奴は教科書に脳をやられっちまったのじゃねえかとおもったぜ。

おっと、実はそうじゃなかったのさ、ただ周囲の緑が奴さんの顔にうつってそう見えたというだけのことで、これは俺のはやとちりに過ぎなかったというだけのことだがこの年齢になっていまだに早合点ばかりだとは恥しい限りだけどさ、こいつばかりは生れつきのもので仕方ねえさ。

俺は言ったものだ。

「おい、鎌先、鎌先の名前はあれか、鋭太郎じゃなくってさ、英太郎というのか」

「突然、何が言いたいのですか」

「いや、名前の話だけどさ。俺はてっきり、お前の名前は鋭太郎だとおもいこんでたのさ。だってあれだろう、鎌の先が鋭いっていえばよく合うんじゃねえのか」

「何の話ですか、いったい」

「あ、教科書の話がながすぎるってことでしょう」

「そうでもないけど、やはりお前さん、鋭い勘をしてるよな」

「名前で言えば、あれですよ、私だって矢飛さんの名前は、この間まで遠方だとばっかりおもってましたよ。矢が遠くえ飛んで行く、面白いなとよく矢飛さんのあれを言いあらわしている、名は体をあらわすというのは言いえて妙であるなと感じいるところがあったのに圓方でしょう。遠くへ行くのではなくて、まるでブーメランって感じで、おかしかったな、笑っちまったな」

「莫迦、他人の名前のことでわらう奴がいるものか」

「だって、名前のことを先に言い出したのは矢飛さんの方でしょう」

と言いながら鎌先の野郎はゆっくりとした動作で俺の向いの椅子へ座ってきやがった。馬鹿野郎、男だったらもっときびきびした動作でてきぱきと座りやがれと俺は腹の中では怒鳴っていたぜ。

おまけに奴はまだ続けて喋りやがった。

「でも、あれはあれでよろしいんじゃないんですか」

「何がさ」

「いや、遠方は圓方でもよろしいんではないんですか」

「おい、人を莫迦にする気か」

「そんな気は毛頭ございません」

「何を」

「真面目な話ですけどね。矢飛さんの言はその射程距離のながさにおいては有数なものでしょう。それは自分でも誇りになさっていましたよね。

で、その一方で、遠くの星をみるだけではなくて足元への目配りも実に行き届いていらっしゃるでしょう」

「ま、そう言えばそう言えないこともないけどさ」

照れっちまうぜ、鎌先の野郎め、面と向ってぬけぬけと言いにくいことをしかも真面目な顔つきでぬかしやがって、これが鎌先の憎いところだというのは萬萬合点承知の介の俺だけど、喧嘩を売るのなら正面から売ればいいものをいつも搦手からするりと来やがる。

「本を読む時でも、気にくわない本は手にもとろうとしないくせに、気に入った本は、まるで活字をひとつづつ上から頭を撫で横から活字の側面を摩るような調子でどんな微細なことでも見逃さないように確かめてゆくんでしょう。圓く四角く読むトーンまで変えてみて、ああいう読み方は私たちには到底出来っこないですよ。即ち圓方でも似合うということですよね。ハッハッハッ、富士には月見草がよくにあう矢飛には圓方がよくにあう所以です」

何がハッハッハッだ、何が良く似合う所以ですだという気がしないでもなかったが、そう悪い気もしなかったぜ。

「もう私教科書については終らせて頂こうとおもっていました。丁度よいところで出会いましたね。今度は圓方さんの番でしたね。早速圓方さんの話、いや、圓方さんの本の読み方の話がよいのではないかと。」

他人が何について書こうと勝手だろう、大きな御世話だと口に出かかったが、その時は摩訶不思議なことに俺の方でも本について書こう、「本の本」について書こうとおもいはじめていた。

この二、三箇月の間に奇妙にも昭和九年この昭和一桁最後の年に生れた野郎の「本の本」の本が三冊ほど出ている。

この話から俺は口開けをおっぱじめるぜ。三冊の本というのは《書物交遊録》長部日出雄と《ことばを読む》井上ひさしと《旅の思想》山崎昌夫のことだけどさ。

英文版業界ニュース

Overseas Readers Column

World's First Standing Roller Coaster

Developed by Toyo Gorakuki

The world's first "Standing Roller Coaster" which enables riders to enjoy the loop-the-loop while standing, was put into operation on April 28, at two amusement parks in the Kanto district. The ride is an epoch-making development that marks a departure from the conventional concept of amusement facilities, and as a result, has drawn wide attention. Development emphasis has been placed on very high rail design precision, in order to ensure smooth running. Every effort has also been made to ensure safe and natural running by incorporating various mechanisms. Scores of patents, etc. have been applied for in six countries.

The "Standing Roller Coaster" was developed by Toyo Gorakuki Co. of Tokyo. On April 28, it was installed at Gotenba Family Land in Gotenba City, which is managed by Odakyu Electric Railway Co., Ltd. On the same day it was also unveiled at Yomiuri Land in Inaki City, Tokyo, which is managed by Yomiuri Land Co., Ltd. The new ride has been added to the loop coaster installed at both amusement parks by Toyo Gorakuki three years ago. Prior to the general opening, Toshio Yamada, president of Toyo Gorakuki, and those concerned attended a purification ceremony at the Gotenba Family Land. Similarly, Kazuo Yamada, vice-president of Toyo Grakuki, and those concerned attended a purification ceremony at the Yomiuri Land site.

With max. acceleration of 3.9 G and max. speed of 75km/h, the "Standing Roller Coaster" has done away with the conventional FRP-made box seat concept. Each car has steel posts which the rider is locked to.

Specifics are:

(1) A cushion is fixed over the rider's shoulder and hydraulically locked. A hand holder is also attached – as pictured.
(2) Stomach holder.
(3) A saddle type waist supporter standing seat that prevents the rider's body from falling out of the vehicle during operation together with (1) and (2); these supporting sections all work in harmony with each other.
(4) The entire system is supported by a shock-absorbing mechanism, in order to ensure a comfortable ride.

Explaining the exciting aspect of amusement facilities, Toyo Gorakuki explains: "If amusement facilities are for amusement, safety must presuppose amusement, and if too much priority is given to safety, amusement will be painful, far from being pleasant." The exciting aspect of the "Standing Roller Coaster" is stressed – a feeling that "even an acrobatic pilot could not achieve".

The photos show: the overall view (left bottom), the loop-the-loop section (left) and the vehicle part (top) of the "Standing Roller Coaster" at the Gotenba Family Land.

T. Yamada, president of Toyo Gorakuki, hit on the development of the just unveiled standing coaster three years ago when Toyo succeeded in developing its loop-the-loop coaster which features a traverser (vehicle exchange unit). This is an outcome of Toyo's efforts to develop a "multi-purpose" unit. The traverser mechanism has made it possible to exchange cars, so that the same rail can serve both seating and standing operations alternately. "Conventional operations, so to say, have been provisional," says the president. All the designs have been approved, and have obtained administrative recognition.

Toyo is currently developing a "Surfing Coaster" based on the "standing seat" concept. It will allow the riders to get on while standing and enjoy the realistic thrill of surfing. It will be unveiled later this year.

Editor: *Masumi Akagi*
Publisher: **Amusement Press, Inc.**
9-16, Kamiyamacho, Kita-ku,
Osaka, 530 Japan

パワーアップ
している時
ⒺⓍⓉⓇⒶ
を食べると
自車１台追加。

ジャンプ
ポイントで
着地成功すると
ボーナス得点が
得られます。

▽ 95-2158

スナップ・ジャック

※各機種共テーブルタイプとアップライトタイプがあります。※Each machine has a table type and an upright type.

UNIVERSAL

ユニバーサル販売株式会社
株式会社ユニバーサル

本　社　〒103 東京都中央区日本橋堀留町１－７－７　☎(03) 661-0330㈹
工　場　〒323 栃木県小山市荒井561（第３工場団地）

札幌営業所	☎(011)841-8934㈹	名古屋支社	☎(052)461-2341㈹
新潟営業所	☎(0252)71-6006㈹	大阪支社	☎(06) 304-3955㈹
北関東営業所	☎(0285)25-5521㈹	小豆島営業所	☎(08796)2-5368㈹
大宮営業所	☎(0486)44-0946㈹	山口営業所	☎(0834)32-0011㈹
静岡営業所	☎(0542)83-6781㈹	九州支社	☎(092)471-6188㈹
豊橋営業所	☎(0532)46-6103㈹	沖縄営業所	☎(09889)7-6655㈹

EXPORT DIVISION

UNIVERSAL SALES CO., LTD.
1-7-7, Nihonbashi Horidome-cho, Chuo-ku, Tokyo 103, Japan
Phone : 03-661-1447, 6004　Cable : UNIMANIFACT
Telex : J27348 (UNICO)

UNIVERSAL U.S.A. INC.
3250, Victor Street, Santa Clara, California 95050, U.S.A.
Phone : 408-727-4591 ~ 5　Telex : 172247 (UNI USA SNTA)

TAIWAN FACTORY
A4-43, K. E. P. Z. Kaohsiung, Taiwan